

Tlačová správa

7. máj 2026

Spoločnosť Henkel dosiahla v prvom štvrtroku 2026 kladný organický rast

- **Obrat na úrovni skupiny: približne 5,0 miliardy eur, organický rast vo výške 1,7 percenta**
 - K organickému rastu obratu prispeli obidve obchodné divízie pozitívnym rastom objemu predaja aj kladným vývojom cien:
 - Adhesive Technologies: nárast organického obratu o 1,7 percent
 - Consumer Brands: nárast organického obratu o 1,8 percent
 - Úspešná stratégia fúzií a akvizícií:
 - Päť transakcií, ktorých celkový objem obratu predstavuje približne 1,6 miliardy eur
 - Tri obchody úspešne uzavreté: Wetherby Laroc, ATP Adhesive Systems, Not Your Mother's
 - Program spätného odkupu akcií v približnej hodnote jednej miliardy eur úspešne ukončený ku koncu marca.
- **Nezmenený výhľad na finančný rok 2026:**
 - Organický rast obratu: 1,0 až 3,0 percenta
 - Upravená výnosnosť predaja: 14,5 až 16,0 percenta
 - Upravený výnos na prioritnú akciu (EPS): zvýšenie v dolnej až hornej polovici jednociferného percentuálneho pásma (pri konštantných kurzových sadzbách)

Düsseldorf, 7. mája 2026 – V prvom štvrtroku 2026 dosiahla spoločnosť Henkel obrat na úrovni skupiny vo výške približne 5,0 miliardy eur, pričom zaznamenala kladný organický rast vo výške 1,7 percenta. Nárast bol podporený obidvomi obchodnými divíziami, pričom každá zaznamenala pozitívny vývoj objemov aj cien.

„V náročnom prostredí sme v prvom štvrtroku dosiahli dobrý organický rast obratu, ktorý bol podporený oboma obchodnými divíziami. V Adhesive Technologies aj v Consumer Brands sme zaznamenali rast cien aj objemu predaja,“ uviedol predseda predstavenstva spoločnosti Henkel Carsten Knobel.

„Zároveň dôsledne realizujeme našu strategickú agendu a investujeme do rozširovania nášho podnikania. To zahŕňa aj nedávno oznámené akvizície v oboch obchodných divíziách, ktoré spolu predstavujú takmer 1,6 miliardy eur dodatočného obratu. Medzitým sme už úspešne uzavreli tri z piatich transakcií. Výhľad na rok 2026 zostáva nezmenený. Spoločnosť Henkel je naďalej na dobrej ceste k udržateľnému a ziskovému rastu,“ pokračoval Carsten Knobel.

Vývoj obratu podľa obchodných divízií

v miliónoch eur	Obrat		+/-	Organický
	1. štvrtrok 2025	1. štvrtrok 2026		
Skupina Henkel	5 242	4 952	-5,5 %	1,7 %
Adhesive Technologies	2 715	2 627	-3,2 %	1,7 %
Consumer Brands	2 484	2 285	-8,0 %	1,8 %

Positívne zvýšenie organického obratu obchodnej divízie **Adhesive Technologies** v prvom štvrtroku bolo spôsobené predovšetkým silným rastom v oblasti mobility a elektronického priemyslu. V prípade divízie **Consumer Brands** bol hlavným zdrojom pozitívneho vývoja organického obratu predovšetkým výrazný nárast v oblasti vlasovej kozmetiky.

Obrat na úrovni skupiny

Obrat na úrovni skupiny dosiahol v prvom štvrtroku 2026 výšku 4 952 miliónov eur, čo medziročne predstavuje nominálny pokles o 5,5 percenta (5 242 miliónov eur). Organicky (t. j. po úprave o kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredajov) sa obrat zvýšil o 1,7 percenta. K uvedenému pozitívnemu vývoju prispel rast cien aj objemu predaja. Akvizície a odpredaje znížili obrat o 2,1 percenta, zatiaľ čo negatívny vplyv kurzového vývoja na obrat predstavoval 5,2 percenta.

Obrat na úrovni skupiny

v miliónoch eur	1. štvrtrok 2025	1. štvrtrok 2026
Obrat	5 242	4 952
Zmena oproti predchádzajúcemu roku	-1,4 %	-5,5 %
Kurzové vplyvy	-1,4 %	-5,2 %
Upravené o kurzové vplyvy	0,0 %	-0,4 %
Akvizície/odpredaje	1,1 %	-2,1 %
Organický	-1,0 %	1,7 %
z toho cena	1,4 %	0,7 %
z toho objem	-2,4 %	1,0 %

Organický rast obratu sa v európskom regióne v prvom štvrtroku znížil o 3,4 percenta. V regióne Indie, Stredného východu a Afriky (IMEA) sa obrat organicky zvýšil o 12,8 percenta. V Severnej Amerike sa organický rast obratu pohyboval na úrovni 0,9 percenta, naopak, v Latinskej Amerike došlo k jeho poklesu o 3,1 percent v porovnaní s rovnakým štvrtkom predchádzajúceho roka. V ázijsko-pacifickom regióne dosiahol organický rast obratu hodnotu 10,3 percenta.

Obrat podľa regiónov¹

v miliónoch eur	Európa	IMEA	Severná Amerika	Latinská Amerika	Ázia a Pacifik	Firemný sektor	Skupina Henkel
Obrat január–marec 2026	1 919	522	1 231	372	372	41	4 952
Obrat január–marec 2025	1 989	562	1 429	375	844	43	5 242
Zmena oproti predchádzajúcemu roku	-3,6 %	-7,1 %	-13,8	-1,0 %	2,8 %	-	-5,5 %
Organický	-3,4 %	12,8 %	0,9 %	-3,1 %	10,3 %	-	1,7 %
Podiel na obrate skupiny 2026	39 %	11 %	25 %	8 %	18 %	1 %	100 %
Podiel na obrate skupiny 2025	38 %	11 %	27 %	7 %	16 %	1 %	100 %

¹ Podľa sídla spoločnosti

Obrat divízie Adhesive Technologies

Obrat obchodnej divízie Adhesive Technologies dosiahol v **prvom štvrtroku 2026** sumu 2 627 miliónov eur, čo predstavuje nominálne zníženie o 3,2 percenta v porovnaní s rovnakým obdobím predchádzajúceho roka. **Organicky** (t. j. po úprave o kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredajov) sa obrat medziročne zvýšil o 1,7 percenta, pričom pozitívny vývoj zaznamenali tak ceny, ako aj objem predaja. Kurzové vplyvy znížili obrat o 5,2 percenta, akvizície a odpredaje mali mierne pozitívny prínos na úrovni 0,2 percenta.

Obrat divízie Adhesive Technologies

v miliónoch eur	1. štvrtrok 2025	1. štvrtrok 2026
Obrat	2 715	2 627
Podiel na obrate skupiny	52 %	53 %
Zmena oproti predchádzajúcemu roku	1,4 %	-3,2 %
Kurzové vplyvy	-1,0 %	-5,2 %
Upravené o kurzové vplyvy	2,4 %	1,9 %
Akvizície/odpredaje	1,3 %	0,2 %
Organický	1,1 %	1,7 %
z toho cena	0,6 %	0,4 %
z toho objem	0,5 %	1,3 %

Pozitívny vývoj organického obratu obchodnej divízie Adhesive Technologies v prvom štvrtroku bol spôsobený najmä výsledkami v oblasti mobility a elektronického priemyslu, v ktorej dosiahla silné zvýšenie organického obratu na úrovni 6,7 percenta. K uvedenému rastu prispeli segmenty elektronického a dodávateľského priemyslu, zatiaľ čo segment automobilového priemyslu zaznamenal pokles spôsobený náročnými trhovými podmienkami. Segment **obalov a spotrebného tovaru** vykázal zvýšenie organického obratu o 0,5 percenta najmä vďaka pozitívnemu vývoju kategórii spotrebného tovaru. Naopak, kategória obalov zaznamenal mierny pokles. Segment produktov pre **remeselníkov, stavebníctvo a profesionálov** zaznamenal medziročný pokles organického obratu na úrovni 2,3 percenta. Hlavnou príčinou bol pokles v kategóriách spotrebného tovaru a stavebníctva, zatiaľ čo kategória všeobecnej výroby a údržby dosiahla pozitívny rast.

Vývoj obratu podľa obchodných segmentov

v miliónoch eur	Obrat		+/-	Organický
	1. štvrťrok 2025	1. štvrťrok 2026		
Lepidlá a technológie	2 715	2 627	-3,2 %	1,7 %
Mobilita a elektronický priemysel	966	977	1,1 %	6,7 %
Obaly a spotrebný tovar	804	758	-5,7 %	0,5 %
Remeselníci, stavebníctvo a profesionáli	945	892	-5,7 %	-2,3 %

Organický vývoj obratu obchodnej divízie Adhesive Technologies bol z pohľadu jej regionálneho pôsobenia celkovo zmiešaný. V **Európe** klesol organický obrat medziročne vo všetkých troch obchodných oblastiach. V **Severnej Amerike** ostal obrat v celkovo veľmi náročnom trhovom prostredí nezmenený predovšetkým vďaka kladnému vývoju organického obratu v segmente mobility a elektronického priemyslu. Veľmi silný bol organický rast obratu v regióne **IMEA**, a to najmä vďaka dvojcifernému rastu organického obratu v segmentoch mobility a elektronického priemyslu aj obalov a spotrebného tovaru. K poklesu rastu na latinskoamerických trhoch prispeli mobilita a elektronický priemysel aj segment obalov a spotrebného tovaru. Trhy **ázijsko-pacifického** regiónu zaznamenali dvojciferný organický rast hlavne vďaka dvojcifernému rastu obratu v segmente elektronického priemyslu v Číne.

Obrat divízie Consumer Brands

Obrat obchodnej divízie Consumer Brands dosiahol v **prvom štvrťroku** 2026 hodnotu 2 285 miliónov eur, čo v porovnaní s rovnakým štvrťrokom predchádzajúceho roka predstavuje nominálny pokles o 8,0 percenta. Organicky (t. j. po úprave o kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredajov) sa obrat zvýšil o 1,8 percenta. V porovnaní s prvým štvrťrokom 2025 zaznamenala obchodná divízia pozitívny vývoj tak v objeme predaja, ako aj v cenovej oblasti. Negatívny vplyv kurzového vývoja na obrat predstavoval 5,2 percenta. Akvizície a odpredaje tiež znížili obrat, a to 4,6 percenta.

Obrat divízie Consumer Brands

v miliónoch eur	1. štvrťrok 2025	1. štvrťrok 2026
Obrat	2 484	2 285
Podiel na obrate skupiny	47 %	46 %
Zmena oproti predchádzajúcemu roku	-4,6 %	-8,0 %
Kurzové vplyvy	-2,0 %	-5,2 %
Upravené o kurzové vplyvy	-2,7 %	-2,8 %
Akvízie/odpredaje	0,8 %	-4,6 %
Organický	-3,5 %	1,8 %
z toho cena	2,0 %	1,1 %
z toho objem	-5,5 %	0,7 %

Segment **pracích a čistiacich prostriedkov** pre domácnosť zaznamenal v prvom štvrťroku nezmenený organický rast obratu na úrovni 0,1 percenta. Kategória pracích prostriedkov vykázala celkovo mierny pokles najmä pre prepád v kategórii výrobkov na pranie, kým výrobky na starostlivosť o oblečenie zaznamenali výrazný rast. Naopak, segment čistiacich prostriedkov pre domácnosť dosiahol pozitívny organický rast obratu, ku ktorému prispel predovšetkým dvojciferný rast v kategórii výrobkov na ručné umývanie riadu.

Segment vlasovej kozmetiky dosiahol veľmi silný organický rast obratu na úrovni 5,1 percenta. Veľmi výrazný rast dosiahli výrobky určené spotrebiteľom, kde mala najsilnejší prínos kategória prípravkov na farbenie vlasov. Veľmi silný vývoj zaznamenal aj segment profesionálnej vlasovej kozmetiky.

Segment ostatného spotrebného tovaru dosiahol kladný organický rast obratu na úrovni 0,5 percenta, ku ktorému prispeli predovšetkým výrazný organický rast obratu v kategórii produktov telovej kozmetiky v severoamerickom regióne.

Vývoj obratu podľa obchodných segmentov

v miliónoch eur	Obrat		+/-	Organický
	1. štvrťrok 2025	1. štvrťrok 2026		
<u>Consumer Brands</u>	2 484	2 285	-8,0 %	1,8 %
Pracie a čistiace prostriedky	1 550	1 352	-12,8 %	0,1 %
Starostlivosť o vlasy	792	797	0,7 %	5,1 %
Iný spotrebný tovar	142	136	-4,8 %	0,5 %

Z pohľadu geografického pôsobenia sa vývoj organického obratu medziročne zlepšil vo všetkých regiónoch okrem Európy. Dvojciferné zvýšenie organického obratu v regióne **IMEA** bolo predovšetkým výsledkom dvojciferného rastu organického obratu v segmentoch pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť a vlasovej kozmetiky. V **Európe**, naopak, došlo k poklesu v segmente pracích a čistiacich prostriedkov pred domácnosť, kým segment vlasovej kozmetiky dosiahol pozitívny vývoj. K pozitívnemu rastu organického obratu v **Severnej Amerike** prispelo najmä veľmi výrazné zvýšenie obratu v segmente vlasovej kozmetiky. Dvojciferný rast organického obratu v segmente vlasovej kozmetiky prispel k veľmi silnému celkovému rastu obratu aj v **ázijsko-pacifickom** regióne, zatiaľ čo kladný organický rast v Latinskej Amerike potiahli predovšetkým segmenty pracích a čistiacich prípravkov pre domácnosť a vlasovej kozmetiky.

Čisté aktíva a finančná pozícia skupiny

V čistých aktívach a finančnej pozícii skupiny nedošlo v sledovanom období k žiadnym podstatným zmenám v porovnaní so situáciou k 31. decembru 2025.

Výhľad na úrovni skupiny Henkel

Spoločnosť Henkel v aktuálnom roku aj naďalej očakáva **organický rast obratu** na úrovni skupiny v rozsahu 1,0 až 3,0 percenta. V prípade obchodnej divízie Adhesive Technologies sa očakáva organický rast obratu v rozsahu 1,0 až 3,0 percenta. Pri obchodnej divízii Consumer Brands očakávame zvýšenie organického obratu o 0,5 až 2,5 percenta.

Upravená výnosnosť predaja (upravená marža EBIT) by sa mala aj naďalej pohybovať v pásme od 14,5 do 16,0 percenta. V prípade divízie Adhesive Technologies sa upravená výnosnosť predaja očakáva v rozsahu od 16,5 do 18,0 percenta a v prípade Consumer Brands od 14,0 do 15,5 percenta.

Pri upravenom výnose na prioritnú akciu (EPS) pri konštantných kurzových sadzbách naďalej očakávame jeho zvýšenie v spodnej až hornej polovici jednociferného percentuálneho pásma.

Okrem toho v roku 2026 očakávame:

- Akvizície/odpredaje: pozitívny vplyv na nominálny rast obratu v dolnej polovici jednociferného percentuálneho pásma (pôvodne: neutrálny až mierne negatívny vplyv)
- Vplyv kurzových sadzieb na obrat: negatívny vplyv v dolnej polovici jednociferného

percentuálneho pásma

- Ceny priamych vstupných surovín: vysoký jednociferný percentuálny nárast v porovnaní s priemerom cien z minulého roka (pôvodne: nízky jednociferný percentuálny nárast)¹
- Reštrukturalizačné výdavky vo výške 150 až 200 miliónov eur
- Záporné peňažné toky z investícií do budov, strojov a zariadení a do nehmotného majetku vo výške 650 až 750 miliónov eur

¹ Vývoj hrubých cien priamych vstupných surovín, t.j. pred zavedením protiopatrení

O spoločnosti Henkel

Spoločnosť Henkel so svojimi značkami, inováciami a technológiami zastáva vedúce pozície na svetových trhoch v priemyselnom aj spotrebiteľskom segmente. Divízia Adhesive Technologies je globálnym lídrom na trhu lepidiel, tmelov a povrchových úprav. Prostredníctvom divízie Consumer Brands spoločnosť zastáva vedúce pozície najmä v oblastiach pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť a vlasovej kozmetiky na mnohých trhoch a v rôznych kategóriách po celom svete. Tri najsilnejšie značky spoločnosti sú Loctite, Persil a Schwarzkopf. V hospodárskom roku 2025 spoločnosť Henkel vykázala tržby vo výške približne 20,5 miliardy eur a upravený prevádzkový zisk približne 3,0 miliardy eur. Prioritné akcie spoločnosti Henkel sú kótované v nemeckom akciovom indexe DAX. Udržateľnosť má v spoločnosti Henkel dlhú tradíciu a firma má jasne definovanú stratégiu udržateľnosti s konkrétnymi cieľmi. Spoločnosť Henkel bola založená v roku 1876 a dnes zamestnáva rozmanitý tím približne 47 000 ľudí na celom svete – spojených silnou firemnou kultúrou, spoločnými hodnotami a spoločným poslaním: „Priekopníci srdcom pre dobro budúcich generácií.“ Viac informácií nájdete na www.henkel.com
Fotografický materiál je k dispozícii na www.henkel.com/press

O spoločnosti Henkel Slovensko

HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. pôsobí na slovenskom trhu od roku 1991 a zastrešuje obe obchodné divízie spoločnosti – Henkel Consumer Brands a Henkel Adhesive Technologies. Významnou súčasťou je aj GBS+ Bratislava – najväčšia expertná pobočka skupiny Henkel na svete. Od svojho založenia v roku 2006 poskytuje služby naprieč Európou a ďalšími regiónmi vo viac ako 30 jazykoch a zamestnáva vyše 1 800 odborníkov. Spolu s lokálnym obchodným zastúpením, ktoré ponúka viac než 50 značiek, má Henkel na Slovensku viac ako 2 000 zamestnancov. Spoločnosť je deväť rokov po sebe ocenená titulom Najzamestnávateľ v kategórii Centrál zdieľaných služieb. Taktiež získala množstvo uznaní za svoj prístup k diverzite, rovnosti a inklúzii, udržateľnosti, starostlivosti o zdravie zamestnancov a inovatívnej komunikácii. Viac informácií nájdete na stránke www.henkel.sk.

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Riaditeľka korporátnej komunikácie CEE

Telefón: +421 917 160 597

E-mail: zuzana.kanuchova@henkel.com