



Tisková zpráva

8. květen 2024

Čtvrtletní zpráva za 1. čtvrtletí 2024

Leden - březen

Velmi dobrý začátek finančního roku 2024

Henkel se silným organickým růstem v prvním čtvrtletí

- **Obrat na úrovni skupiny: přibližně 5,3 miliardy eur, organický růst ve výši 3,0 procent**
- **Na zvýšení organického obratu se podílely obě obchodní divize:**
 - Adhesive Technologies: nárůst organického obratu o 1,3 procenta
 - Consumer Brands: velmi silný nárůst organického obratu o 5,2 procenta
- **Akvizice Seal for Life Industries a Vidal Sassoon v Číně dokončeny dříve, než se předpokládalo**
- **Další pokrok v implementaci strategické agendy růstu**
- **Výhled na finanční rok 2024 byl výrazně zvýšen 3. května:**
 - Organický růst obratu: 2,5 až 4,5 % (původně: 2,0 až 4,0 %)
 - Upravená výnosnost prodeje: 13,0 až 14,0 % (původně: 12,0 až 13,5 %)
 - Upravený výnos na prioritní akcii (EPS): zvýšení v rozsahu +15,0 až +25,0 % při konstantních kurzových sazbách (původně: +5.0 až +20.0 %)

Düsseldorf, 8. květen 2024 – **Skupina Henkel** dosáhla v **prvním čtvrtletí 2024** obrat ve výši přibližně 5,3 miliardy eur při silném organickém růstu obratu na úrovni 3,0 %. Ke zvýšení přispěl pozitivní cenový vývoj v obou obchodních divizích. Vývoj objemu prodeje na úrovni skupiny, který je ještě stále ovlivňován portfoliovými opatřeními realizovanými divizí Consumer Brands, zaznamenal ve srovnání se čtvrtým čtvrtletím 2023 další postupné zlepšení. V nominálním vyjádření obrat meziročně klesl o 5,2 %, především z důvodu odprodeje podnikatelských aktivit v Ruské federaci a negativních vlivů vývoje kurzových sazeb.



„Začátek roku byl velmi dobrý. Kromě toho se nám podařilo dokončit akvizice Seal for Life Industries a Vidal Sassoon na čínském trhu rychleji, než jsme předpokládali, což se odrazí v dalším posílení našich obchodních aktivit,“ řekl předseda představenstva společnosti Henkel Carsten Knobel. „Vzhledem k uvedenému vývoji jsme minulý týden výrazně zvýšili náš **výhled obrátu a výnosů** na rok 2024. Znamená to: Máme jasnou strategii, kterou důsledně plníme. Plníme, co jsme slíbili. A jsme na správné cestě k dalšímu profitabilnímu růstu.“

Pozitivní zvýšení organického obrátu obchodní divize **Adhesive Technologies** v prvním čtvrtletí bylo způsobeno především silným organickým růstem obrátu v segmentech mobility a elektronického průmyslu. Zdrojem velmi silného organického růstu obrátu v rámci divize **Consumer Brands** byly všechny obchodní oblasti, přičemž nejvíce k němu přispěl segment vlasové kosmetiky.

1. Obrat podle divizí

v milionech eur	Obrat		+/-	Organický
	1. čtvrtletí 2023	1. čtvrtletí 2024		
Skupina Henkel	5 609	5 317	-5,2 %	3,0 %
Adhesive Technologies	2 791	2 677	-4,1 %	1,3 %
Consumer Brands	2 772	2 605	-6,0 %	5,2 %

Obrat na úrovni skupiny

Obrat na úrovni skupiny dosáhl v **prvním čtvrtletí 2024** výše 5 317 milionů eur, což meziročně představuje **nominální** pokles o 5,2 % (5 609 milionů eur). **Organický** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodeje) se ovšem obrat zvýšil o 3,0 %. Pozitivní vliv na silný organický růst obrátu na úrovni skupiny měl cenový vývoj. Negativní příspěvek k vývoji obrátu na úrovni -4,3 % měly akvizice a odprodeje, přičemž negativní kurzový vývoj snížil obrat o dalších 3,9 %.

2. Obrat na úrovni skupiny

v milionech eur	1. čtvrtletí 2022	1. čtvrtletí 2023
Obrat	5 609	5 317
Změna proti loňskému roku	6,4 %	-5,2 %
Kurzové vlivy	0,9 %	-3,9 %
Upraveno o kurzové vlivy	5,5 %	-1,3 %
Akvizice/odprodeje	-1,1 %	-4,3 %
Organický	6,6 %	3,0 %
z toho cena	12,0 %	3,4 %
z toho objem	-5,4 %	-0,4 %

Organický růst obratu na **evropských** trzích představoval v prvním čtvrtletí 2,5 %. V regionu Indie, Blízkého východu a Afriky (**IMEA**) se obrat organicky zvýšil o 26,9 %. V **severoamerickém** regionu byl organický vývoj obratu záporný na úrovni -3,0 % a na trzích **Latinské Ameriky se** meziročně snížil o 2,7 %. V **asijsko-pacifickém regionu** se obrat organicky zvýšil o 3,5 %.

7. Obrat podle regionů¹

	Evrop a	IMEA	Sever ní Ameri ka	Latins ká Ameri ka	Asie a Pacifi k	Firem ní seкто r	Skupin a Henkel
v milionech eur							
Obrat leden – březen 2024	2 023	575	1 478	421	784	35	5 317
Obrat leden – březen 2023	2 201	563	1 584	411	805	46	5 609
Změna proti stejnému čtvrtletí předch. roku	-8,1 %	2,1 %	-6,6 %	2,5 %	-2,5 %	–	-5,2 %
Organický	2,5 %	26,9 %	-3,0 %	-2,7 %	3,5 %	–	3,0 %
Podíl na obratu skupiny za rok 2023	38 %	11 %	28 %	8 %	15 %	1 %	100 %
Podíl na obratu skupiny za rok 2023	39 %	10 %	28 %	7 %	14 %	1 %	100 %

1. Podle sídla společnosti.

Obrat divize Adhesive Technologies

Obrat obchodní divize Adhesive Technologies dosáhl v **prvním čtvrtletí 2024** sumy 2 677 milionů eur, což představuje **nominální** snížení o 4,1 % ve srovnání se stejným obdobím loňského roku (2 791 milionů eur). **Organicky** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodejů) se obrat ve srovnání s prvním čtvrtletím 2023 zvýšil o 1,3 %. K uvedenému pozitivnímu vývoji přispěl růst cen i objemu prodeje. Kurzové vlivy snížily obrat o 3,8 % a akvizice a odprodeje měly dodatečný záporný vliv ve výši 1,7 %.

8. Obrat divize Adhesive Technologies

v milionech eur	1. čtvrtletí 2023	1. čtvrtletí 2024
Obrat	2 791	2 677
Podíl na obratu skupiny	50 %	50 %
Změna proti loňskému roku	6,1 %	-4,1 %
Kurzové vlivy	1,1 %	-3,8 %
Upraveno o kurzové vlivy	5,0 %	-0,4 %
Akvizice/odprodeje	-1,8 %	-1,7 %
Organický	6,8 %	1,3 %
z toho cena	11,4 %	1,0 %
z toho objem	-4,6 %	0,3 %

Pozitivní vývoj organického obratu obchodní divize Adhesive Technologies v prvním čtvrtletí byl způsoben zejména výsledky v oblasti **mobility a elektronického průmyslu**, ve které zaznamenala výrazné zvýšení obratu na úrovni 3,7 %. Uvedený růst táhly hlavně segmenty automobilového a elektronického průmyslu. Pozitivní vývoj zaznamenal také průmyslový sektor. Obchodní segment **obalů a spotřebního zboží** dosáhl v přetrvávajících náročných trhovích podmínkách v podstatě celkově vyrovnaný vývoj organického obratu na úrovni -0,2 %, k němuž přispěl pozitivní vývoj objemu prodeje. Kategorie obalů zaznamenala pozitivní růst, přičemž profitovala z prvních náznaků oživení poptávky po obalových materiálech. Obrat v kategorii spotřebního zboží se ve srovnání s velmi silným prvním čtvrtletím loňského roku mírně snížil. Organický růst obratu v segmentu výrobků pro **řemeslníky, stavebnictví a profesionály se** meziročně nepatrně zvýšil o 0,3 %. Ke zvýšení přispěla především kategorie výrobků pro stavebnictví, jež zaznamenala kladný růst. Celkové obchodní výsledky v kategorii průmyslové výroby a údržby byly negativní zejména pod vlivem současných náročných podmínek trhového prostředí.

13. Obrat podle obchodní oblasti

v milionech eur	Obrat		+/-	Organický
	1. čtvrtletí 2023	1. čtvrtletí 2024		
Adhesive Technologies	2 791	2 677	-4,1 %	1,3 %
Mobilita a elektronický průmysl	960	946	-1,5 %	3,7 %
Obaly a spotřební zboží	883	838	-5,1 %	-0,2 %
Řemeslníci, profesionálové a stavebnictví	649	893	-5,9 %	0,3 %

Organický vývoj obratu obchodní divize Adhesive Technologies byl z pohledu jejího regionálního působení smíšený. V **Evropě** celkový organický obrat zaostal za úrovní stejného čtvrtletí loňského roku i přesto, že segment výrobků pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály zaznamenal pozitivní organický růst. **Severoamerické** trhy sice zaznamenaly zvýšení organického obratu v segmentu mobility a elektronického průmyslu, ale celkový obrat v regionu zaostal za úrovní ze stejného období loňského roku. Region **IMEA** dosáhl dvouciferného nárůstu organického obratu, k němuž přispěly všechny obchodní oblasti dvouciferným růstem. Vývoj organického obratu byl na trzích **Latinské Ameriky** negativní ve všech obchodních oblastech. Naopak, výrazně se zvýšil obrat v **asijsko-pacifickém** regionu, k čemuž přispěl především výrazně pozitivní vývoj na čínském trhu, k němuž se přidaly první náznaky stabilizace trhového prostředí, jež v loňském roce přecházelo velmi náročným vývojem.

Obrat divize Consumer Brands

Obrat obchodní divize Consumer Brands dosáhl v **prvním čtvrtletí 2024** celkovou hodnotu 2 605 milionů eur, což ve srovnání se stejným čtvrtletím loňského roku představuje **nominální** pokles o 6,0 %. **Organicky** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodejů) se obrat zvýšil o 5,2 %. Cenový vývoj v této obchodní divizi zůstal meziročně na velmi silné úrovni. Mírně se snížil objem prodeje, hlavně pod vlivem pokračujících portfoliových opatření. Negativní vliv kurzového vývoje na obrat představoval 4,0 %. Akvizice a odprodeje snížily obrat o dalších 7,2 %.

14. Obrat divize Consumer Brands

v milionech eur	1. čtvrtletí 2023	1. čtvrtletí 2023
Obrat	2 772	2 605
Podíl na obratu skupiny	49 %	49 %
Změna proti loňskému roku	7,3 %	-6,0 %
Kurzové vlivy	0,8 %	-4,0 %
Upraveno o kurzové vlivy	6,5 %	-2,0 %
Akvizice/odprodeje	-0,5 %	-7,2 %
Organický	7,0 %	5,2 %
z toho cena	12,7 %	6,2 %
z toho objem	-5,7 %	-1,0 %

Segment pracích a čistících prostředků pro domácnost zaznamenal v prvním čtvrtletí velmi silný organický růst obratu na úrovni 4,6 %. Segment pracích prostředků vykázal silný růst zejména díky dvoucifernému zvýšení v kategorii výrobků starostlivosti o textilie. Segment čistících prostředků pro domácnost dosáhl výrazného organického růstu obratu, jehož hlavním zdrojem byl dvouciferný růst obratu v kategorii čistících prostředků na WC společně s velmi silným růstem v kategorii prostředků na mytí nádobí.

Segment vlasové kosmetiky dosáhl velmi silného organického růstu obratu na úrovni 6,9 %. Výrazný růst v segmentu spotřebního zboží táhla především kategorie vlasových stylingových přípravků. Velmi silný organický růst obratu zaznamenala kategorie přípravků profesionální vlasové kosmetiky.

V kategorii jiného spotřebního zboží se obrat organicky zvýšil o 3,4 %.

19. Obrat podle obchodní oblasti

v milionech eur	Obrat		+/-	Organický
	1. čtvrtletí 2023	1. čtvrtletí 2024		
Consumer Brands	2 772	2 605	-6,0 %	5,2 %
Prací a čistící prostředky	1 789	1 661	-7,2 %	4,6 %
Péče o vlasy	811	781	-3,6 %	6,9 %
Jiné spotřební zboží	171	163	-4,8 %	3,4 %

Z pohledu svého regionálního působení znamenala obchodní divize Consumer Brands v sledovaném období smíšený vývoj. Výrazné zvýšení organického obratu v **evropském** regionu v prvním čtvrtletí bylo výsledkem pozitivního vývoje v segmentu vlasové kosmetiky i pracích a čistících prostředků. Negativní organický vývoj obratu v **severoamerickém** regionu byl způsoben především portfoliovými opatřeními realizovanými v trhovém segmentu pracích a čistících prostředků pro domácnost. Region **IMEA** dosáhl dvouciferného růstu organického obratu v rámci všech obchodních segmentů. K pozitivnímu vývoji organického obratu na trzích **Latinské Ameriky** přispěl segment vlasové kosmetiky, a to jak v kategorii spotřebního zboží, tak i profesionální vlasové kosmetiky. Díky vývoji v segmentu pracích a čistících prostředků zůstal růst obratu v **asijsko-pacifickém** regionu nezměněn.

Čistá aktiva a finanční pozice skupiny

V čistých aktivech a finanční pozici skupiny nedošlo ve sledovaném období k žádným podstatným změnám ve srovnání se situací k 31. prosinci 2023.

Výhled na úrovni skupiny Henkel

Výhled na finanční rok 2024, jež byl zveřejněn 4. března 2024, byl zvýšen s platností od 3. května.

Společnost Henkel nyní očekává **organický růst obratu** v aktuálním roce v rozsahu 2,5 až 4,5 % (původně: 2,0 až 4,0 %). V případě obchodní divize Adhesive Technologies zůstává očekávaný organický růst obratu v původním rozsahu 2,0 až 4,0 %. V případě obchodní divize

Consumer Brands společnost v současnosti předpokládá zvýšení organického obrátu v rozsahu 3,0 až 5,0 % (původně: 2,0 až 4,0 %).

Současný předpoklad **upravené výnosnosti prodeje (marže EBIT)** se na úrovni celé skupiny pohybuje v rozpětí 13,0 až 14,0 % (původně 12,0 až 13,5 %). V případě divize Adhesive Technologies se upravená výnosnost prodeje předpokládá na úrovni 16,0 až 17,0 % (původně: 15,0 až 16,5 %), pro obchodní divizi Consumer Brands se očekává na úrovni 12,0 až 13,0 % (původně: 11,0 až 12,5 %).

Při **upravených výnosech na prioritní akcii (EPS)** společnost Henkel v současnosti očekává zvýšení v rozsahu 15,0 až 25,0 % při konstantních kurzových sazbách (původně: 5,0 až 20,0 %).

Společnost Henkel zároveň aktualizovala i následující očekávání:

- Akvizice/odprodeje: neutrální vliv na nominální růst obrátu (původně: negativní vliv v dolní polovině jednociferného procentuálního rozsahu)
- Vliv kurzových sazeb na obrát: negativní vliv v dolní až střední polovině jednociferného procentuálního rozsahu (původně: negativní vliv ve středu jednociferného procentuálního rozsahu)

Následovná očekávání pro rok 2024 zůstávají nezměněna:

- Ceny přímých surovin: rovnoměrný vývoj¹
- Restrukturalizační výdaje ve výši 250 až 300 milionů eur
- Záporné peněžní toky z investic do budov, strojů a zařízení a do nemovitého jmění ve výši 650 až 750 milionů eur

O společnosti Henkel

Díky svým značkám, inovacím a technologiím je společnost Henkel světovým lídrem na trzích s průmyslovým a spotřebním zbožím. Obchodní divize Adhesive Technologies je globálním lídrem na trhu se spojovacími a lepicími materiály, tmely a funkčními nátěry. Obchodní divize Consumer Brands je lídrem na mnoha globálních trzích a v mnoha kategoriích, především v segmentech pracích a čistících prostředků a vlasové kosmetiky. Mezi tři největší značky společnosti Henkel patří Loctite, Persil a Schwarzkopf. Ve finančním roce 2023 vykázala společnost Henkel obrát ve výši přes 21,5 miliardy eur a upravený provozní zisk přibližně ve výši 2,6 miliardy eur. Prioritní akcie společnosti Henkel jsou kótované na německém akciovém indexu DAX. Udržitelnost již dlouhodobě patří mezi tradiční priority společnosti Henkel, přičemž na plnění konkrétních cílů má společnost vypracovanou jasnou strategii dlouhodobé udržitelnosti. Společnost Henkel byla založena v roce 1876 a dnes celosvětově zaměstnává přes 50 000 zaměstnanců, které spojuje silná firemní kultura, společné hodnoty a společné poslání: „Pioneers at heart for the good of generations.“ Více informací naleznete na stránkách www.henkel.com.

Tento dokument obsahuje stanoviska týkající se budoucího obchodního vývoje, finančních výsledků a dalších událostí nebo skutečností relevantních pro společnost Henkel z pohledu budoucího rozvoje. Stanoviska týkající se budoucího vývoje charakterizuje použití slovních zvrátů jako „očekávat“, „zamýšlet“, „plánovat“, „předpokládat“, „domnívat se“, „odhadovat“ a podobných výrazů. Taková stanoviska se opírají o aktuální odhady a předpoklady vypracované managementem společnosti Henkel AG & Co. KGaA. Tato stanoviska nelze chápat jako zaručující jakýmkoliv způsobem, že dané predikce jsou přesné. Budoucí výkonnost jakož i reálně dosažené výsledky společnosti Henkel AG & Co. KGaA a jejich sesterských společností závisí na celé řadě rizikových faktorů a nejistot, a proto se mohou podstatně lišit od

¹ V porovnání s priemerom predchádzajúceho roku.

výhledových stanovisek (jak negativně, tak pozitivně). Na mnoho z nich společnost Henkel nemá přímý dosah a předem je nelze přesně odhadnout, jako například jaké bude ekonomické prostředí v budoucnu a jaké budou kroky konkurentů a jiných subjektů působících na trhu. Společnost Henkel nemá v úmyslu a ani neudělá kroky k aktualizaci těchto stanovisek.

Tento dokument obsahuje doplňující finanční ukazatele, jež nejsou jednoznačně definované v platném rámci finančního výkaznictví, které představují, anebo mohou představovat, alternativní ukazatele finanční výkonnosti. Tyto doplňující finanční ukazatele by se neměly vykládat zvlášť anebo jako alternativní ukazatele k ukazatelům čistých aktiv a finanční pozice společnosti Henkel anebo k výsledkům podnikání, jež jsou v souladu s platným rámcem finančního výkaznictví prezentované v konsolidované účetní závěrce společnosti. Jiné společnosti vykazující anebo uvádějící alternativní ukazatele výkonnosti s podobnými názvy, mohou počítat jejich hodnoty odlišně.

Tento dokument slouží výlučně k informačním účelům a nepředstavuje investiční radu ani nabídku k prodeji nebo koupi jakýchkoliv cenných papírů.

Finanční kalendář

Zveřejnění pololetní zprávy 2024

Úterý 13. srpna 2024

Zveřejnění čtvrtletní zprávy za 3. čtvrtletí 2024

Středa 6. listopad 2024

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Ředitelka korporátní komunikace CEE

Telefon: +421 917 160 597

E-mail: zuzana.kanuchova@henkel.com