11. marec 2025

Spoločnosť Henkel oznámila finančné výsledky za rok 2024

**Veľmi dobré finančné výsledky za rok 2024 potvrdzujú úspešnú implementáciu agendy zmysluplného rastu**

* **Silné hospodárske výsledky za finančný rok 2024**
	+ **Obrat: 21,6 miliardy eur, silný organický rast na úrovni 2,6 percenta**
	+ **Prevádzkový zisk (EBIT)\*: 3,1 miliardy eur, výrazný nárast o 20,9 percenta**
	+ **Marža EBIT\*: 14,3 percenta, výnimočné zlepšenie až o 240 bázických bodov**
	+ **Výrazne vyšší výnos na prioritnú akciu (EPS)\*: 5,36 eur,+25,1 percenta pri konštantných kurzových sadzbách**
	+ **Voľný cash flow v celkovom objeme 2,4 miliardy eur**
* **Navrhované zvýšenie dividend v dvojcifernom percentuálnom pásme: 2,04 eur na prioritnú akciu (+10,3 percenta)**
* **Rozhodnutie o novom programe spätného odkupu akcií v objeme do 1 miliardy eur**
* **Ďalší pokrok v implementácii agendy pre zmysluplný rast**
	+ **Consumer Brands: Integrácia prebieha rýchlejšie, než bolo plánované, portfóliové opatrenia dokončené, plné úspory budú dosiahnuté už do konca roka 2025**
	+ **Adhesive Technologies: Nové nastavenie zavedené v roku 2023 prináša výsledky**
	+ **Ambiciózne klimatické ciele: cestovná mapa k nulovým čistým emisiám definovaná**
* **Výhľad na finančný rok 2025: Pripravení na ďalší rast – po pomalšom štarte sa v priebehu roka očakáva jeho zrýchlenie**
	+ **Organický rast obratu: 1,5 až 3,5 percenta**
	+ **Marža EBIT\*: 14,0 až 15,5 percenta**
	+ **Výnos na prioritnú akciu (EPS)\*: Zvýšenie v nízkom až vysokom jednocifernom percentuálnom pásme pri konštantných kurzových sadzbách**

**Düsseldorf – „Finančný rok 2024 bol opäť poznačený obrovskými výzvami a veľkou ekonomickou neistotou. Napriek tomu sa nám v minulom roku podarilo ďalej pokračovať v rozvoji spoločnosti Henkel a dosiahnuť, či dokonca prekročiť dôležité míľniky. Pozitívne hospodárske výsledky za rok 2024 navyše potvrdzujú úspešnú implementáciu našej agendy zmysluplného rastu,“ povedal výkonný riaditeľ (CEO) spoločnosti Henkel Carsten Knobel. „V roku 2024 sme dosiahli veľmi silný organický rast obratu a výrazne sme zlepšili ziskovosť našich činností vrátane výnimočného zvýšenia marže o 2,4 percentuálneho bodu, ku ktorému prispel vynikajúci vývoj hrubej marže, a mimoriadneho zvýšenia výnosov na prioritnú akciu o 25 percent. Rozhodujúcim faktorom zlepšenia našich výnosov bolo cielené zvyšovanie hodnoty našich produktov pre zákazníkov a spotrebiteľov. K týmto dobrým výsledkom prispeli tiež úspory z integrácie obchodnej divízie Consumer Brands spoločne s avizovanými opatreniami na optimalizáciu portfólia.“**

**„Zároveň bolo veľmi dôležité, že sme zachovali silný dôraz na investície do našich podnikateľských aktivít a ďalšieho rastu, napríklad prostredníctvom posilnenia marketingových aktivít v spotrebiteľskom segmente a úspešných inovácií v rámci obidvoch obchodných divízií. Chceme, aby sa na úspešnom raste spoločnosti podieľali aj naši akcionári. Preto sme na výročnom valnom zhromaždení navrhli zvýšenie vyplácaných dividend o dvojciferné percento. Zároveň sme rozhodli o spustení nového programu spätného odkúpenia akcií až do jednej miliardy eur,“ doplnil Carsten Knobel.**

**„Minuloročné výsledky sú jasným dôkazom, že transformácia spoločnosti Henkel úspešne napreduje a že s našou strategickou agendou zameranou na zmysluplný rast sme na správnej ceste čo najlepšie pripraviť našu spoločnosť na budúcnosť,“ dodal. „Odráža sa to aj v našom výhľade na finančný rok 2025, v ktorom očakávame ďalšie zvyšovanie obratu aj výnosov, a to aj napriek stále náročnému podnikateľskému prostrediu. Všetkým zamestnancom spoločnosti Henkel by som chcel poďakovať za ich výnimočné výkony. Vďaka tímovej práci a mimoriadnemu odhodlaniu sa nám opäť podarilo úspešne previesť našu spoločnosť ďalším náročným rokom.“**

**Výhľad na rok 2025**

Po miernom zlepšení dynamiky rastu v roku 2024 je odhad globálneho hospodárskeho vývoja v roku 2025 opatrný. Predpokladá sa mierne zvýšenie dopytu na priemyselných aj spotrebiteľských trhoch v kľúčových segmentoch spotrebného tovaru spoločnosti Henkel. Na základe aktuálnych odhadov sa v roku 2025 očakáva pokračovanie poklesu celosvetovej inflácie v porovnaní s predchádzajúcimi rokmi, ktorý by mal byť sprevádzaný aj znižovaním úrokových sadzieb.

Pri nákladoch na vstupné suroviny spoločnosť Henkel očakáva ich zvýšenie v dolnej polovici jednociferného percentuálneho pásma v porovnaní s ich priemerom za rok 2024. Očakáva sa neutrálny až negatívny účinok kurzových vplyvov v dolnej časti jednociferného percentuálneho pásma.

Okrem toho nestálosť a neistota v súvislosti s celkovým makroekonomickým a geopolitickým vývojom vo svete ostanú pravdepodobne vysoké počas celého roka.

Na základe uvedených predpokladov spoločnosť Henkel očakáva vo finančnom roku 2025 **organický rast obratu** v rozsahu 1,5 až 3,5 percenta. V prípade divízie Adhesive Technologies by sa mal organický rast pohybovať medzi 2 až 4 percentami, v prípade divízie Consumer Brands je to 1 až 3 percentá. Očakávaná **upravená výnosnosť predaja (upravená marža EBIT)** sa pohybuje v rozsahu 14,0 až 15,5 percenta. V rámci divízie Adhesive Technologies by sa upravená výnosnosť predaja mala pohybovať medzi 16,0 až 17,5 percenta, pri divízii Consumer Brands by to malo byť 13,5 až 15,0 percent. Pri **upravenom výnose na prioritnú akciu** **(EPS)** pri konštantných kurzových sadzbách očakáva spoločnosť Henkel zvýšenie v spodnej až hornej polovici jednociferného percentuálneho rastu.

Napriek pomalšiemu štartu na začiatku roka spoločnosť Henkel ale v jeho ďalšom priebehu zároveň očakáva postupnú akceleráciu organického rastu obratu, čo by malo prispieť k silnejšiemu druhému polroku finančného roka 2025 v porovnaní s jeho prvou polovicou. Tento predpoklad platí pre obdive obchodné divízie. Dôvodom uvedeného vývoja sú najmä súčasné náročné podmienky v priemysle a utlmený trhový rast a spotrebiteľské nálady na niektorých z našich trhov, predovšetkým v Severnej Amerike.

V prípade divízie **Consumer Brands** je potrebné zohľadniť vysoký organický rast obratu v predchádzajúcom roku, ku ktorému prispeli najmä inovatívne produkty, ktoré boli uvedené na trh v prvom polroku 2024. V roku 2025 sa uvádzanie nových výrobkov sústreďuje najmä do jeho druhej polovice. Okrem toho, k očakávanému horšiemu medziročnému vývoju organického rastu obratu a objemu predaja v 1. štvrťroku prispejú aj jednorazové prevádzkové vplyvy týkajúce sa nášho dodávateľského reťazca v súvislosti s dokončením zavádzania tzv. 1-1-1 prístupu aj postupného nasadzovania propagačných kampaní. Organický rast obratu v 1. štvrťroku sa odhaduje na úrovni -2 až -4 percent pri očakávanom pozitívnom cenovom vývoji. Za celý rok 2025 by mal celkový organický rast obratu dosiahnuť kladné hodnoty, k čomu by mal prispieť tak rast objemu predaja, ako aj cien.

Za celý rok 2025 sa očakáva nárast marže aj posilnenie ziskovosti v porovnaní s predchádzajúcim rokom v obidvoch obchodných divíziách, a teda aj na úrovni celej skupiny. Doterajší vývoj za prvé dva mesiace finančného roku 2025 ukazuje, že spoločnosť Henkel a obidve jej obchodné divízie sú na dobrej ceste.

**Obrat a výnosy na úrovni skupiny za finančný rok 2024**

**Obrat** na úrovni skupiny Henkel dosiahol vo finančnom roku 2024 hodnotu 21 586 miliárd euro, čo v nominálnom vyjadrení predstavuje medziročné zlepšenie o 0,3 percenta. Negatívny vplyv kurzového vývoja na obrat predstavoval 1,8 percenta, pričom po očistení o tieto kurzové vplyvy dosiahol obrat rast vo výške 2,1 percenta. Akvizície a odpredaje mali na obrat mierne negatívny vplyv vo výške 0,4 percenta, ktorý bol predovšetkým výsledkom ukončenia obchodných a podnikateľských aktivít v Ruskej federácii v roku 2023. **Organický rast obratu,** t.j. po jeho úprave o kurzové vplyvy a vplyv akvizícií/odpredajov, dosiahol kladný vývoj na úrovni 2,6 percenta. Prispel k tomu pozitívny vývoj tak v cenovej oblasti, ako aj v objeme predaja.

Obchodná divízia **Adhesive** **Technologies** zaznamenala kladný organicky rast obratu vo výške 2,4 percenta, ktorého hlavným zdrojom boli najmä segmenty mobility a elektroniky. K silnému organickému rastu obratu divízie **Consumer Brands** na úrovni 3 percent prispeli predovšetkým výsledky v segmente vlasovej kozmetiky.

**Upravený prevádzkový zisk (upravený EBIT)** sa výrazne zvýšil o 20,9 percenta na úroveň 3 089 miliónov eur (predchádzajúci rok: 2 556 miliónov eur).

**Upravená výnosnosť predaja (upravená marža EBIT)** na úrovni 14,3 percenta bola vo finančnom roku 2024 tiež medziročne výrazne vyššia (2023: 11,9 percenta).

**Upravený výnos na prioritnú akciu** sa výrazne zvýšil o 23,2 percenta na hodnotu 5,36 eura (predchádzajúci rok: 4,35 eura). Pri konštantných kurzových sadzbách predstavovalo zvýšenie upraveného výnosu na prioritnú akciu 25,1 percenta.

Pomer **čistého prevádzkového kapitálu** k obratu dosiahol 3 percentá, čo medziročne predstavuje mierne zlepšenie (2023: 2,6 percenta).

**Voľný cash flow** sa medziročne znížil na celkovú hodnotu 2 362 miliónov eur (2023: 2 603 miliónov eur), pričom jeho hodnota v roku 2023 bola pozitívne ovplyvnená normalizáciou čistého prevádzkového kapitálu.

**Čistá finančná pozícia**, ktorá dosiahla hodnotu -93 miliónov eur, mierne zaostala za úrovňou z predchádzajúceho roka najmä v dôsledku nákladov vynaložených na akvizície (31. december 2023: 12 miliónov eur).

Predstavenstvo, dozorná rada a výbor akcionárov predložia výročnému valnému zhromaždeniu, ktoré sa bude konať 28. apríla 2025, návrh na zvýšenie **dividend** o 10,3 percenta v porovnaní s predchádzajúcim rokom, čo znamená 2,04 eura na prioritnú akciu a 2,02 eura na kmeňovú akciu (+10,4 percenta). Podiel vyplácaných dividend teda predstavuje 37,9 percenta a je v súlade s cieľovým rozpätím 30-40 percent. Zvýšenie dividend je možné vďaka veľmi dobrým finančným výsledkom v minulom finančnom roku a silnej finančnej základni skupiny Henkel.

**Výsledky obchodných divízií za finančný rok 2024**

**Obrat** divízie **Adhesive Technologies** dosiahol vo finančnom roku 2024 výšku 10 970 miliónov eur, čo v nominálnom vyjadrení predstavuje medziročný nárast o 1,7 percenta. Negatívny príspevok kurzových vplyvov k vývoju obratu predstavoval 1,8 percenta, zatiaľ čo akvizície/odpredaje prispeli k jeho zlepšeniu o 1,1 percenta. **Organicky** sa obrat zvýšil o 2,4 percenta. Hlavným faktorom, ktorý pozitívne prispel k rastu obratu, bol silný medziročný rast objemu predaja v druhom polroku, ktorý ťahal najmä zvýšený dopyt na niektorých kľúčových koncových trhoch. Ceny sa v medziročnom porovnaní nezmenili. **Upravený prevádzkový zisk** vo výške 1 817 miliónov eur dosiahol medziročne dvojciferný percentuálny rast a pre túto obchodnú divíziu predstavuje novú rekordnú hodnotu. **Upravená výnosnosť predaja** sa medziročne zvýšila o 190 bázických bodov na úroveň 16,6 percenta.

**Obrat** obchodnej divízie **Consumer Brands** dosiahol celkovú výšku 10 467 miliónov eur a v porovnaní s predchádzajúcim rokom sa nominálne znížil o 0,9 percenta. Kurzové vplyvy znížili obrat o 1,8 percenta a akvizície a odpredaje mali na obrat mierne negatívny vplyv na úrovni 2,0 percenta, ktorého hlavnou príčinou bolo ukončenie obchodných a podnikateľských aktivít v Ruskej federácii v roku 2023. **Organicky** sa obrat zvýšil o 3 percentá. Obrat rástol najmä vďaka výraznému zvyšovaniu cien, kým objem predaja klesol najmä v dôsledku pokračujúceho zavádzania opatrení na optimalizáciu portfólia. **Upravený prevádzkový zisk** vo výške 1 419 miliónov eur bol výrazne vyšší než v predchádzajúcom roku (1 115 miliónov eur). **Upravená výnosnosť predaja** sa v porovnaní s predchádzajúcim rokom výrazne zvýšila o 300 bázických bodov a dosiahla úroveň 13,6 percenta.

**Zásadný pokrok v transformácii**

Spoločnosť Henkel v ostatných rokoch prechádza zásadnými zmenami v mnohých oblastiach svojho pôsobenia a dôsledne implementuje strategickú agendu zameranú na podporu zmysluplného rastu. Kľúčovými faktormi dlhodobého a udržateľného úspechu v podnikaní sú ochota a odhodlanie pokračovať v transformácii. Cieľom je dosiahnuť trvalo udržateľné zlepšenie hospodárskych výsledkov, na ktorého naplnenie sú nevyhnutné neustále zmeny a ďalší rozvoj spoločnosti. A táto transformácia prebieha vo všetkých oblastiach.

**Consumer Brands: Zlučovanie pokračuje rýchlejšie, než bolo plánované**

Pravdepodobne najvýznamnejšou zmenou v novodobej histórii spoločnosti Henkel je zlúčenie jej spotrebiteľských divízií do jednej obchodnej divízie **Consumer Brands,** ktorej vznik bol oznámený na začiatku roka 2022. Odvtedy sa toho veľa udialo. Obchodná divízia s novou organizačnou štruktúrou funguje od prvých mesiacov roku 2023 a už v prvom roku jej existencie sa prejavil jej pozitívny prínos. Uplynulý finančný rok 2024 len potvrdil správnosť nášho rozhodnutia spojiť predtým samostatné spotrebiteľské divízie do jednej platformy.

Integrácia v rámci obchodnej divízie Consumer Brands postupuje podstatne rýchlejšie, než sme pôvodne plánovali, a to tak v oblasti integrácie pracovných tímov a reštrukturalizácie portfólia, ako aj v dosahovaní synergií. Prvá fáza integračného procesu, ktorá pozostávala predovšetkým zo zlučovania obchodných a marketingových tímov, bola ukončená v roku 2024. V rámci druhej fázy, ktorá prebieha od roku 2023, sa očakáva úplná realizácia úspor vyplývajúcich zo skvalitnenia dodávateľského reťazca, t.j. výrobných a dodávateľsko-odberateľských procesov, do konca roku 2025.

Divízia Consumer Brands sa okrem toho naďalej zameriava na podporu silných značiek a rozvoj obchodných segmentov s vysokou hrubou maržou aj na posilnenie vedúcej pozície na trhoch a v rámci produktových kategórií. Tento prístup zameraný na podporu rastu a ziskových značiek už prináša pozitívne výsledky. Desať najsilnejších značiek divízie Consumer Brands dosiahlo v roku 2024 veľmi silný organický rast aj zvýšený objem predaja a spoločne vygenerovali viac než polovicu jej výnosov.

**Ďalší rozvoj obchodnej divízie Adhesive Technologies**

Aj obchodná divízia **Adhesive Technologies** zaznamenala v uplynulom roku významný pokrok, podporený celkovo silnými obchodnými výsledkami. Jej portfólio zahŕňa približne 20 000 výrobkov a riešení, ktoré poskytuje viac než 100 000 zákazníkom vo viac ako 800 priemyselných odvetviach na celom svete. Šírka a hĺbka produktového portfólia v kombinácii s globálnou prítomnosťou a skúsenosťami s vývojom riešení orientovaných na zákazníka sú základným pilierom jedinečnej trhovej pozície spoločnosti Henkel, ktorá jej umožňuje ďalej expandovať a posilňovať svoje vedúce postavenie na svetových trhoch. V rámci svojich troch obchodných segmentov – mobilita a elektronický priemysel, obalový a spotrebný tovar a výrobky pre remeselníkov, stavebníctvo a profesionálov – sa divízia Adhesive Technologies zameriava na kľúčové trendy budúcnosti, ku ktorým patria rozvoj e-mobility a konektivity, teda zvyšovanie interkonektivity systémov, ako aj trvalá udržateľnosť.

Zjednodušená štruktúra obchodných oblastí, čiastočne s novými líderskými tímami, a dôsledná orientácia na trendy zajtrajška opäť prispeli k jej úspešnému rozvoju aj v náročných trhových a ekonomických podmienkach roku 2024.

**Ďalší progres v rámci všetkých strategických prioritných oblastí**

Napriek náročným makroekonomickým a geopolitickým podmienkam spoločnosť Henkel pokračovala v konzistentnej implementácii svojej stratégie rastu v uplynulom finančnom roku a zaznamenala významný pokrok vo všetkých oblastiach. Spoločnosť ďalej rozvíjala svoje podnikateľské aktivity a portfólio značiek, zvýšila svoju konkurencieschopnosť v oblasti inovácií, trvalej udržateľnosti a digitalizácie, optimalizovala svoje prevádzkové modely a posilnila firemnú kultúru.

V rámci **aktívneho riadenia svojho portfólia** spoločnosť Henkel pokračovala v jeho posilňovaní ukončením či odpredajom niektorých podnikateľských činností, ako aj prostredníctvom akvizícií. Opatrenia v oblasti portfólia bol zavŕšené predajom divízie Retailer Brands v Severnej Amerike začiatkom tohto roka. Uvedené opatrenia boli oznámené spolu so začiatkom fúzie spotrebiteľských divízií, ktoré dovtedy fungovali samostatne. V rámci obchodnej divízie Consumer Brands bol segment Retailer Brands považovaný za vedľajšiu činnosť vzhľadom na obmedzené možnosti synergie a budúce strategické postavenie vo vzťahu k integrovanej platforme Consumer Brands. Spolu s touto transakciou spoločnosť Henkel od začiatku roka 2022 odpredala resp. ukončila značky alebo činnosti s celkovým obratom, ktorý mierne presahoval jednu miliardu eur.

K aktívnemu riadeniu portfólia patrí aj jeho posilňovanie a rozširovanie prostredníctvom **akvizícií**: začiatkom roka 2024 spoločnosť Henkel prevzala známu značku vlasovej kozmetiky Vidal Sassoon na čínskom trhu. Táto akvizícia dokonale dopĺňa miestne portfólio divízie Consumer Brands v Číne v prémiovom segmente v rámci maloobchodu. Portfólio značky Vidal Sassoon sa svojimi šampónmi a kondicionérmi zaraďuje predovšetkým do segmentu prémiovej starostlivosti o vlasy, no ponúka aj produkty v kategórii stylingových vlasových prípravkov a vlasovej kozmetiky.

Spoločnosť Henkel investovala aj do akvizícií s cieľom rozšíriť svoje portfólio v rámci obchodnej divízie Adhesive Technologies, keď prevzala americkú spoločnosť Seal for Life Industries. Ide o dodávateľa ochranných povrchových náterov a tesniacich riešení pre infraštruktúru v odvetviach obnoviteľných zdrojov energie, plynárenského priemyslu a vodárenstva. Táto akvizícia dopĺňa kúpu spoločnosti Critica Infrastructure z roku 2023 ako špecializovaného dodávateľa riešení v oblasti údržby a opravy infraštruktúry a inžinierskych sietí. Týmito akvizíciami sme rozšírili naše existujúce portfólio v atraktívnom a sľubnom segmente údržby, opráv a generálnych opráv, čím sme zároveň vytvorili platformu pre ďalší rast.

V roku 2024 spoločnosť Henkel uviedla na trh množstvo **inovácií**, ktoré reagujú na dôležité trhové trendy a prinášajú pridanú hodnotou zákazníkom aj spotrebiteľom. V uplynulom roku bolo pre divíziu Adhesive Technologies v rámci jej centrály otvorené špičkové testovacie centrum pre batérie, ktoré je priamo prepojené s najväčším globálnym inovačným centrom, t. j. Inspiration Center Düsseldorf.

Vďaka novému testovaciemu centru spoločnosť Henkel výrazne rozširuje svoje možnosti v segmente e-mobility a posilňuje svoju pozíciu popredného partnera v oblasti vývoja a inovácií pre výrobcov automobilov a batérií.

Príkladom inovácie v divízii Consumer Brands je novo vyvinutá technológia pre značku Perwoll na báze enzýmov, ktorá nielen ošetrí textílie, ale pomáha zachovať aj farby. Na vláknach je obnovujúci efekt viditeľný už po desiatich praniach, čím sa predlžuje životnosť textílií.

Spoločnosť Henkel pokračovala aj v ďalšom upevňovaní princípov **trvalej udržateľnosti** vo svojom podnikaní a posilnila svoj záväzok v tejto oblasti. Na tento účel bola vypracovaná cestovná mapa k nulovým čistým emisiám, ktorá obsahuje rozšírené ciele v oblasti znižovania emisií v rámci celého hodnotového reťazca. Týmto zámerom sa spoločnosť zaväzuje prispieť k obmedzeniu globálneho otepľovania na 1,5°C tak, ako sa uvádza v Parížskej dohode o zmene klímy. Cestovná mapa spoločnosti Henkel, ktorú potvrdila aj organizácia Science Based Targets Initiative, sumarizuje činnosti smerujúce k dosiahnutiu čistých nulových emisií skleníkových plynov do roku 2045. Patria k nim aj opatrenia v rámci celého hodnotového reťazca. Spomedzi obchodných spoločností kótovaných na nemeckom akciovom indexe DAX je Henkel prvou spoločnosťou, ktorá na celom svete zaviedla rodovo neutrálnu rodičovskú dovolenku s plnou náhradou mzdy. Tento krok sa stretol s veľmi pozitívnym ohlasom u zamestnancov aj verejnosti.

Spoločnosť dosiahla ďalší pokrok aj v oblasti **digitalizácie**. V roku 2024 bolo kľúčovou témou rýchle napredovanie v oblasti umelej inteligencie (AI). V spoločnosti Henkel je umelá inteligencia už niekoľko rokov neoddeliteľnou súčasťou našej digitálnej stratégie. Využíva sa napríklad pri automatizácii procesov, vo vývojovom laboratóriu lepidiel, vo virtuálne prepojených globálnych výrobných závodoch, v autonómnych robotoch vo výrobných zariadeniach a pri používaní chatbotov na webových stránkach značiek spoločnosti Henkel. V rámci digitálnej divízie „Henkel dx“ spoločnosť v roku 2024 pokračovala v optimalizácii svojich interných štruktúr, posilňovaní odborných digitálnych zručností a presadzovaní kultúry otvorených inovácií. Okrem toho profituje zo svojich strategických partnerstiev s poprednými globálnymi digitálnymi spoločnosťami, ako napr. SAP, Microsoft a Adobe. Táto spolupráca jej umožňuje integrovať špičkové technológie do svojich digitálnych platforiem a projektov. Zrýchleným zavádzaním digitálnych inovácií, zdokonaľovaním stratégie platforiem a posilňovaním spolupráce všetkých obchodných divízií a funkcií bola spoločnosť Henkel schopná výrazne zlepšiť efektívne využívanie informačných technológií.

Henkel v rámci svojej stratégie dlhodobého rastu neustále prispôsobuje svoje obchodné divízie požiadavkám dynamických trhov a meniacim sa očakávaniam zákazníkov v záujme dosiahnutia dlhodobej úspešnosti **prevádzkových modelov pripravených na budúcnosť**. K tomu patrí aj neustále zlepšovanie obchodných procesov v rámci celej spoločnosti.

Jedným z príkladov je aj zriadenie globálneho technologického centra v Bangalúre v Indii, kde už v súčasnosti pracuje na vytvorení plne integrovaného interného digitálneho centra viac než 500 IT odborníkov. Spoločnosť Henkel tak zlepšuje nákladovú efektívnosť a rozširuje svoje interné odborné znalosti. V najbližších rokoch sa plánuje ďalšie rozšírenie technologického centra. Spoločnosť Henkel takisto sústredila svoje investičné aktivity pod jednu strechu. V rámci prechodu na systém S/4Hana v rokoch 2025 až 2028 sa budú posudzovať možnosti zlepšenia agilnosti a flexibility štruktúr a procesov spoločnosti. V tejto súvislosti sa napríklad zvažuje založenie samostatných právnych subjektov pre dve existujúce obchodné divízie najprv v Nemecku a neskôr prípadne aj vo vybraných veľkých krajinách. Strategické a prevádzkové riadenie skupiny a jej divízií zostáva nezmenené. Zámerom je podporiť budúce potreby divízií, ako aj agendu rastu spoločnosti Henkel.

V uplynulom roku spoločnosť Henkel naďalej posilňovala svoju **firemnú** **kultúru**. Iniciatíva Accelerate Cultural Transformation (ACT), ktorá bola spustená v roku 2023, úspešne pokračovala v rámci celej globálnej organizácie. Táto iniciatíva podporuje hlbší dialóg a silnejšie prepojenie v rámci tímov. Minulý rok sa iniciatíva ACT zamerala na poskytovanie konštruktívnej spätnej väzby a následnú otvorenú diskusiu. Kultúra spolupráce je úzko prepojená s podporou rozmanitosti, rovnosti a inklúzie. V záujme ďalšieho posilňovania rozmanitosti sa spoločnosť Henkel riadi stratégiou, ktorá stojí na troch pilieroch: prvým je zvyšovanie povedomia prostredníctvom rôznych formátov, ako sú kampane a podujatia. Druhým pilierom je posilnenie inkluzívneho správania prostredníctvom vzdelávacích programov pre riadiacich pracovníkov a zamestnancov. A tretí pilier pozostáva z neustáleho zlepšovania štrukturálnych podmienok, ako napr. ponukou programov, ktoré podporujú rovnováhu medzi pracovným a súkromným životom, pri súčasnom odstraňovaní štrukturálnych prekážok.

Jedným z cieľov spoločnosti Henkel je dosiahnuť rodovú rovnosť na všetkých úrovniach riadenia do konca roku 2025. V súčasnosti približne 42 % riadiacich pozícií v spoločnosti Henkel na celom svete zastávajú ženy.

„Fiškálny rok 2024 bol pre spoločnosť Henkel veľmi úspešný a významný. Dosiahli sme naše finančné ciele, ktoré sme v priebehu roka zvýšili dvakrát. Dôsledne sme implementovali našu agendu zmysluplného rastu vo všetkých strategických dimenziách a s odhodlaním sme napredovali v našej úspešnej transformácii. Sme na správnej ceste a transformácia našej spoločnosti prináša hmatateľné výsledky. Máme jasnú stratégiu, silný tím a jedinečnú firemnú kultúru, a preto sme dobre pripravení na budúcnosť," zhrnul Carsten Knobel.

O spoločnosti Henkel

Vďaka svojim značkám, inováciám a technológiám je spoločnosť Henkel svetovým lídrom na trhoch s priemyselným a spotrebným tovarom. Obchodná divízia Adhesive Technologies je globálnym lídrom na trhu so spojovacími a lepiacimi materiálmi, tmelmi a funkčnými nátermi. Obchodná divízia Consumer Brands sa drží na popredných miestach na mnohých svetových trhoch predovšetkým v segmentoch vlasovej kozmetiky a pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť. Medzi tri najsilnejšie značky spoločnosti patria Loctite, Persil a Schwarzkopf. Vo finančnom roku 2024 vykázala spoločnosť Henkel obrat vo výške viac než 21,6 mld. eur a upravený prevádzkový zisk približne vo výške 3,1 mld. eur. Prioritné akcie spoločnosti Henkel sú kótované na nemeckom akciovom indexe DAX. Udržateľnosť už dlhodobo patrí medzi tradičné priority spoločnosti Henkel, pričom na plnenie konkrétnych cieľov má spoločnosť vypracovanú jasnú stratégiu dlhodobej udržateľnosti. Spoločnosť Henkel bola založená v roku 1876 a dnes celosvetovo zamestnáva približne 48 000 zamestnancov, ktorých spája silná firemná kultúra, spoločné hodnoty a spoločné poslanie: „Pioneers at heart for the good of generations“. Viac informácií nájdete na stránkach [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

O spoločnosti Henkel Slovensko

Na Slovensku pôsobí Henkel vo všetkých troch strategických oblastiach už od roku 1991 a zároveň je HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. pôsobiskom najväčšej expertnej pobočky Global Business Solutions+ spoločnosti Henkel celosvetovo. Global Business Solutions+ Bratislava ‏(GBS+ Bratislava) patrí od svojho založenia v roku 2006 k dôležitej súčasti spoločnosti Henkel, zabezpečujúcej služby v Európe a globálne vo viac než 30 jazykoch. V súčasnosti zamestnáva viac než 1 600 pracovníkov. HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. predáva viac ako 50 značiek a dnes zamestnáva, spolu s GBS+ Bratislava, viac ako 1 800 zamestnancov. Viac informácií nájdete na stránke [www.henkel.sk](http://www.henkel.sk).

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Riaditeľka korporátnej komunikácie CEE

Telefón: +421 917 160 597

E-mail: zuzana.kanuchova@henkel.com