11. březen 2025

Společnost Henkel oznámila finanční výsledky za rok 2024

Velmi dobré finanční výsledky za rok 2024 potvrzují úspěšnou implementaci agendy smysluplného růstu

* **Silné hospodářské výsledky za finanční rok 2024**
	+ **Obrat: 21,6 miliardy eur, silný organický růst na úrovni 2,6 procenta**
	+ **Provozní zisk (EBIT)\*: 3,1 miliardy eur, výrazný nárůst o 20,9 procenta**
	+ **Marže EBIT\*: 14,3 procenta, výjimečné zlepšení až o 240 bazických bodů**
	+ **Výrazně vyšší výnos na prioritní akcii (EPS)\*: 5,36 eur,+25,1 procenta při konstantních kurzových sazbách**
	+ **Volný cash flow v celkovém objemu 2,4 miliardy eur**
* **Navrhované zvýšení dividend v dvojciferném procentuálním pásmu: 2,04 eur na prioritní akcii (+10,3 procenta)**
* **Rozhodnutí o novém programu zpětného odkupu akcií v objemu do 1 miliardy eur**
* **Další pokrok v implementaci agendy pro smysluplný růst**
	+ **Consumer Brands: Integrace probíhá rychleji, než bylo plánováno, portfoliová opatření dokončena, plné úspory budou dosaženy již do konce roku 2025**
	+ **Adhesive Technologies: Nové nastavení zavedené v roce 2023 přináší výsledky**
	+ **Ambiciózní klimatické cíle: cestovní mapa k nulovým čistým emisím definována**
* **Výhled na finanční rok 2025: Připraveni na další růst – po pomalejším startu se během roku očekává jeho zrychlení**
	+ **Organický růst obratu: 1,5 až 3,5 procenta**
	+ **Marže EBIT\*: 14,0 až 15,5 procenta**
	+ **Výnos na prioritní akcii (EPS)\*: Zvýšení v nízkém až vysokém jednociferném procentuálním pásmu při konstantních kurzových sazbách**

**Düsseldorf – „Finanční rok 2024 byl opět poznačen obrovskými výzvami a velkou ekonomickou nejistotou. Přesto se nám v minulém roce podařilo pokračovat v rozvoji společnosti Henkel a dosáhnout, nebo dokonce překročit důležité milníky. Pozitivní hospodářské výsledky za rok 2024 navíc potvrzují úspěšnou implementaci naší agendy smysluplného růstu,“ řekl generální ředitel (CEO) společnosti Henkel Carsten Knobel. „V roce 2024 jsme dosáhli velmi silného organického růstu obratu a výrazně jsme zlepšili ziskovost našich aktivit včetně výjimečného zvýšení marže o 2,4 procentuálního bodu, k němuž přispěl vynikající vývoj hrubé marže, a mimořádného zvýšení výnosů na prioritní akcii o 25 procent. Rozhodujícím faktorem zlepšení našich výnosů bylo cílené zvyšování hodnoty našich produktů pro zákazníky a spotřebitele. K těmto dobrým výsledkům přispěli také úspory z integrace obchodní divize Consumer Brands společně s avizovanými opatřeními pro optimalizaci portfolia.“**

**„Zároveň je velmi důležité, že jsme zachovali silný důraz na investice do našich podnikatelských aktivit a dalšího růstu, například prostřednictvím posílení marketingových aktivit ve spotřebitelském segmentu a úspěšných inovací v rámci obou obchodních divizí. Chceme, aby se na úspěšném růstu společnosti podíleli také naši akcionáři. Proto jsme na výroční valné hromadě navrhli zvýšení vyplácených dividend o dvojciferné procento. Zároveň jsme rozhodli o spuštění nového programu zpětného odkoupení akcií až do jedné miliardy eur,“ doplnil Carsten Knobel.**

**„Loňské výsledky jsou jasným důkazem, že transformace společnosti Henkel jde úspěšně kupředu a že s naší strategickou agendou zaměřenou na smysluplný růst jsme na správné cestě co nejlépe připravit naši společnost na budoucnost,“ dodal. „Odráží se to i v našem výhledu na finanční rok 2025, v němž očekáváme další zvyšování obratu i výnosů, ačkoli je podnikatelské prostředí nadále náročné. Všem zaměstnancům společnosti Henkel bych chtěl poděkovat za jejich výjimečné výkony. Díky týmové práci a mimořádnému odhodlání se nám opět povedlo úspěšně převést naši společnost dalším náročným rokem.“**

**Výhled na rok 2025**

Po mírném zlepšení dynamiky růstu v roce 2024 je odhad globálního hospodářského vývoje v roce 2025 opatrný. Předpokládá se mírné zvýšení poptávky na průmyslových i spotřebitelských trzích v klíčových segmentech spotřebního zboží společnosti Henkel. Na základě aktuálních odhadů se v roce 2025 očekává pokračování poklesu celosvětové inflace ve srovnání s předchozími roky, jež by měl být provázen také snižováním úrokových sazeb.

U nákladů na vstupní suroviny společnost Henkel očekává jejich zvýšení v dolní polovině jednociferného procentuálního pásma ve srovnání s jejich průměrem za rok 2024. Očekává se neutrální až negativní účinek kurzových vlivů v dolní části jednociferného procentuálního pásma.

Kromě toho nestálost a nejistota v souvislosti s celkovým makroekonomickým a geopolitickým vývojem ve světě zůstanou pravděpodobně vysoké celý rok.

Na základě uvedených předpokladů společnost Henkel očekává ve finančním roce 2025 **organický růst obratu** v rozsahu 1,5 až 3,5 procenta. V případě divize Adhesive Technologies by se měl organický růst pohybovat mezi 2 až 4 procenty, v případě divize Consumer Brands je to 1 až 3 procenta. Očekávaná **upravená výnosnost prodeje (upravená marže EBIT)** se pohybuje v rozsahu 14,0 až 15,5 procenta. V rámci divize Adhesive Technologies by se upravená výnosnost prodeje měla pohybovat mezi 16,0 až 17,5 procenty, u divize Consumer Brands by to mělo být 13,5 až 15,0 procent. U **upraveného výnosu na prioritní akcii** **(EPS)** při konstantních kurzových sazbách očekává společnost Henkel zvýšení ve spodní až horní polovině jednociferného procentuálního růstu.

Navzdory pomalejšímu startu na začátku roku společnost Henkel v jeho dalším průběhu zároveň očekává postupnou akceleraci organického růstu obratu, což by mělo přispět k silnějšímu druhému pololetí finančního roku 2025 ve srovnání s jeho první polovinou. Tento předpoklad platí pro obě obchodní divize. Důvodem uvedeného vývoje jsou zejména stávající náročné podmínky v průmyslu a utlumený trhový růst a spotřebitelské nálady na některých z našich trhů, především v Severní Americe.

U divize **Consumer Brands** je potřeba zohlednit vysoký organický růst obratu v předchozím roce, k němuž přispěly zejména inovativní produkty, jež byly uvedeny na trh v prvním pololetí 2024. V roce 2025 se uvádění nových výrobků soustřeďuje hlavně do jeho druhé poloviny. Kromě toho, k očekávanému horšímu meziročnímu vývoji organického růstu obratu a objemu prodeje v 1. čtvrtletí přispějí také jednorázové provozní vlivy týkající se našeho dodavatelského řetězce v souvislosti s dokončením zavádění tzv. 1-1-1 přístupu i postupného nasazování propagačních kampaní. Organický růst obratu v 1. čtvrtletí se odhaduje na úrovni -2 až -4 procent při očekávaném pozitivním cenovém vývoji. Za celý rok 2025 by měl celkový organický růst obratu dosáhnout kladných hodnot, k čemuž by měl přispět jak růst objemu prodeje, tak i cen.

Za celý rok 2025 se očekává nárůst marže i posílení ziskovosti ve srovnání s předchozím rokem v obou obchodních divizích, a tedy i na úrovni celé skupiny. Stávající vývoj za první dva měsíce finančního roku 2025 ukazuje, že společnost Henkel a obě její obchodní divize jsou na dobré cestě.

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

**Obrat** na úrovni skupiny Henkel dosáhl ve finančním roce 2024 hodnoty 21 586 miliard eur, což v nominálním vyjádření představuje meziroční zlepšení o 0,3 procenta. Negativní vliv kurzového vývoje na obrat představoval 1,8 procenta, přičemž po očištění o tyto kurzové vlivy dosáhl obrat růstu ve výši 2,1 procenta. Akvizice a odprodeje měly na obrat mírně negativní vliv ve výši 0,4 procenta, jež byl především výsledkem ukončení obchodních a podnikatelských aktivit v Ruské federaci v roce 2023. **Organický růst obratu,** tj. po jeho úpravě o kurzové vlivy a vliv akvizicí/odprodejů, dosáhl kladného vývoje na úrovni 2,6 procenta. Přispěl k tomu pozitivní vývoj jak v cenověé oblasti, tak i v objemu prodeje.

Obchodní divize **Adhesive** **Technologies** zaznamenala kladný organicky růst obratu ve výši 2,4 procenta, jehož hlavním zdrojem byly hlavně segmenty mobility a elektroniky. K silnému organickému růstu obratu divize **Consumer Brands** na úrovni 3 procent přispěly především výsledky v segmentu vlasové kosmetiky.

**Upravený provozní zisk (upravený EBIT) se** výrazně zvýšil o 20,9 procenta na úroveň 3 089 milionů eur (předchozí rok: 2 556 milionů eur).

**Upravená výnosnost prodeje (upravená marže EBIT)** na úrovni 14,3 procenta byla ve finančním roce 2024 také meziročně výrazně vyšší (2023: 11,9 procenta).

**Upravený výnos na prioritní akcii se** zvýšil o 23,2 procenta na hodnotu 5,36 eura (předchozí rok: 4,35 eura) při konstantních kurzových sazbách představovalo zvýšení upraveného výnosu na prioritní akcii 25,1 procenta.

Poměr **čistého provozního kapitálu** k obratu dosáhl 3 procenta, což meziročně **představuje** mírné zlepšení (2023: 2,6 procenta).

**Volný cash flow** se meziročně snížil na celkovou hodnotu 2 362 milionů eur (2023: 2 603 milionů eur), přičemž jeho hodnota v roce 2023 byla pozitivně ovlivněna normalizací čistého provozního kapitálu.

**Čistá finanční pozice**, jež dosáhla hodnoty -93 milionů eur, mírně zaostala za úrovní z předchozího roku zejména v důsledku nákladů vynaložených na akvizice (31. prosinec 2023: 12 milionů eur).

Představenstvo, dozorčí rada a výbor akcionářů předloží výroční valné hromadě, jež se uskuteční 28. dubna 2025, návrh na zvýšení **dividend** o 10,3 procenta ve srovnání s předchozím rokem, což znamená 2,04 eura na prioritní akcii a 2,02 eura na kmenovou akcii (+10,4 procenta). Podíl vyplácených dividend tedy představuje 37,9 procenta a je v souladu s cílovým rozpětím 30-40 procent. Zvýšení dividend je možné díky velmi dobrým finančním výsledkům v minulém finančním roce a silné finanční základně skupiny Henkel.

**Výsledky obchodních divizí za finanční rok 2024**

**Obrat** divize **Adhesive Technologies** dosáhl ve finančním roce 2024 výši 10 970 milionů eur, což v nominálním vyjádření představuje meziroční nárůst o 1,7 procenta. Negativní příspěvek kurzových vlivů k vývoji obratu představoval 1,8 procenta, zatímco akvizice/odprodeje přispěly k jeho zlepšení o 1,1 procenta. **Organicky se** obrat zvýšil o 2,4 procenta. Hlavním faktorem, jež pozitivně přispěl k růstu obratu, byl silný meziroční růst objemu prodeje ve druhém pololetí, který táhla hlavně zvýšená poptávka na některých klíčových koncových trzích. Ceny se v meziročním srovnání nezměnily. **Upravený provozní zisk ve** výši 1 817 milionů eur dosáhl meziročně dvojciferného procentuálního růstu a pro tuto obchodní divizi představuje novou rekordní hodnotu. **Upravená výnosnost prodeje** se meziročně zvýšila o 190 bazických bodů na úroveň 16,6 procenta.

**Obrat** obchodní divize **Consumer Brands** dosáhl celkové výše 10 467 milionů eur a ve srovnání s předchozím rokem se nominálně snížil o 0,9 procenta. Kurzové vlivy snížily obrat o 1,8 procenta a akvizice a odprodeje měly na obrat mírně negativní vliv na úrovni 2,0 procenta, jehož hlavní příčinou bylo ukončení obchodních a podnikatelských aktivit v Ruské federaci v roce 2023. **Organicky se** obrat zvýšil o 3 procenta. Obrat rostl hlavně díky výraznému zvyšování cen, zatímco objem prodeje klesl hlavně v důsledku pokračujícího zavádění opatření na optimalizaci portfolia. **Upravený provozní zisk** ve výši 1 419 milionů eur byl výrazně vyšší než v předchozím roce (1 115 milionů eur). **Upravená výnosnost prodeje** se ve srovnání s předchozím rokem výrazně zvýšila o 300 bazických bodů a dosáhla úrovně 13,6 procenta.

**Zásadní pokrok v transformaci**

Společnost Henkel v posledních letech prochází zásadními změnami v mnoha oblastech svého působení a důsledně implementuje strategickou agendu zaměřenou na podporu smysluplného růstu. Klíčovými faktory dlouhodobého a udržitelného úspěchu v podnikání jsou ochota a odhodlání pokračovat v transformaci. Cílem je dosáhnout trvale udržitelná zlepšení hospodářských výsledků, na naplnění kterých jsou nevyhnutelné neustálé změny a další rozvoj společnosti. A tato transformace probíhá ve všech oblastech.

**Consumer Brands: Slučování pokračuje rychleji, než bylo plánováno**

Pravděpodobně nejvýznamnější změnou v novodobé historii společnosti Henkel je sloučení jejích spotřebitelských divizí do jedné obchodní divize **Consumer Brands,** jíž vznik byl sdělen na začátku roku 2022. Od té doby se toho hodně událo. Obchodní divize s novou organizační strukturou funguje od prvních měsíců roku 2023 a již v prvním roce její existence se projevil její pozitivní přínos. Uplynulý finanční rok 2024 jen prokázal správnost našeho rozhodnutí spojit předtím samostatné spotřebitelské divize do jedné platformy.

Integrace v rámci obchodní divize Consumer Brands postupuje podstatně rychleji, než jsme původně plánovali, a to jak v oblasti integrace pracovních týmů a restrukturalizace portfolia, tak v dosahování synergií. První fáze integračního procesu, jež sestávala především ze slučování obchodních a marketingových týmů, byla ukončena v roce 2024. V rámci druhé fáze, jež běží od roku 2023, se očekává úplná realizace úspor plynoucích ze zkvalitnění dodavatelského řetězce, tj. výrobních a dodavatelsko-odběratelských procesů, do konce roku 2025.

Divize Consumer Brands se kromě toho nadále zaměřuje na podporu silných značek a rozvoj obchodních segmentů s vysokou hrubou marží i na posílení vedoucí pozice na trzích a v rámci produktových kategorií. Tento přístup zaměřen na podporu růstu a ziskových značek již přináší pozitivní výsledky. Deset nejsilnějších značek divize Consumer Brands dosáhlo v roce 2024 velmi silného organického růstu a zvýšený objem prodeje a společně vygenerovaly více než polovinu jejích výnosů.

**Další rozvoj obchodní divize Adhesive Technologies**

Obchodní divize **Adhesive Technologies** také zaznamenala v uplynulém roce významný pokrok, podpořený celkově silnými obchodními výsledky. Její portfolio zahrnuje zhruba 20 000 výrobků a řešení, jež poskytuje přes 100 000 zákazníkům ve více než 800 průmyslových odvětvích na celém světě. Šířka a hloubka produktového portfolia v kombinaci s  globální přítomností a zkušenostmi s vývojem řešení orientovaných na zákazníka jsou základním pilířem jedinečné trhové pozice společnosti Henkel, jež jí umožňuje dále expandovat a posilovat své vedoucí postavení na světových trzích. V rámci svých tří obchodních segmentů – mobilita a elektronický průmysl, obalové a spotřební zboží a výrobky pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály – se divize Adhesive Technologies zaměřuje na klíčové trendy budoucnosti, k nimž patří rozvoj e-mobility a konektivity, tedy zvyšování interkonektivity systémů, jakož i trvalá udržitelnost.

Zjednodušená struktura obchodních oblastí, částečně s novými vůdčími týmy, a důsledná orientace na trendy zítřka opět přispěli k jejímu úspěšnému rozvoji i v náročných trhových a ekonomických podmínkách roku 2024.

**Další progres v rámci všech strategických prioritních oblastí**

Navzdory náročným makroekonomickým a geopolitickým podmínkám společnost Henkel pokračovala v konzistentní implementaci své strategie růstu v uplynulém finančním roce a zaznamenala významný pokrok ve všech oblastech. Společnost dále rozvíjela své podnikatelské aktivity a portfolio značek, zvýšila svou konkurenceschopnost v oblasti inovací, trvalé udržitelnosti a digitalizace, optimalizovala své provozní modely a posílila firemní kulturu.

V rámci **aktivního řízení svého portfolia** společnost Henkel pokračovala v jeho posilování ukončením či odprodejem některých podnikatelských činností, jakož i pomocí akvizic. Opatření v oblasti portfolia byla zakončena prodejem divize Retailer Brands v Severní Americe začátkem tohoto roku. Uvedená opatření byla sdělena spolu se začátkem fuze spotřebitelských divizí, jež dosud fungovaly samostatně. V rámci obchodní divize Consumer Brands byl segment Retailer Brands považován za vedlejší činnost vzhledem k omezeným možnostem synergie a budoucímu strategickému postavení ve vztahu k integrované platformě Consumer Brands. Spolu s touto transakcí společnost Henkel od začátku roku 2022 prodala resp. ukončila značky anebo činnosti s celkovým obratem mírně přesahujícím jednu miliardu eur.

K aktivnímu řízení portfolia patří také jeho posilování a rozšiřování prostřednictvím **akvizic**: začátkem roku 2024 společnost Henkel převzala známou značku vlasové kosmetiky Vidal Sassoon na čínském trhu. Tato akvizice dokonale doplňuje místní portfolio divize Consumer Brands v Číně v prémiovém segmentu v rámci maloobchodu. Portfolio značky Vidal Sassoon se svými šampony a kondicionéry řadí především do segmentu prémiové péče o vlasy, ale nabízí také produkty v kategorii stylingových vlasových přípravků a vlasové kosmetiky.

Společnost Henkel investovala také do akvizic s cílem rozšířit své portfolio v rámci obchodní divize Adhesive Technologies, když převzala americkou společnost Seal for Life Industries. Jde o dodavatele ochranných povrchových nátěrů a těsnících řešení pro infrastrukturu v odvětvích obnovitelných zdrojů energie, plynařského průmyslu a vodárenství. Tato akvizice doplňuje koupi společnosti Critica Infrůstructure z roku 2023 jakožto specializovaného dodavatele řešení v oblasti údržby a opravy infrastruktury a inženýrských sítí. Těmito akvizicemi jsme rozšířili naše stávající portfolio v atraktivním a slibném segmentu údržby, oprav a generálních oprav, čímž jsme zároveň vytvořili platformu pro další růst.

V roce 2024 společnost Henkel uvedla na trh mnoho **inovací**, jež reagují na důležité trhové trendy a přinášejí přidanou hodnotou zákazníkům i spotřebitelům. V uplynulém roce bylo pro divizi Adhesive Technologies v rámci její centrály otevřeno špičkové testovací centrum pro baterie, jež je přímo propojeno s největším globálním inovačním centrem, tj. Inspiration Center Düsseldorf.

Díky novému testovacímu centru společnost Henkel výrazně rozšiřuje své možnosti v segmentu e-mobility a posiluje svou pozici předního partnera v oblasti vývoje a inovací pro výrobce automobilů a baterií.

Příkladem inovace v divizi Consumer Brands je nově vyvinutá technologie pro značku Perwoll na bázi enzymů, která nejen ošetří textilie, ale pomáhá zachovat i barvy. Na vláknech je obnovující efekt viditelný již po deseti praních, čímž se prodlužuje životnost textilií.

Společnost Henkel pokračovala i v dalším upevňování principů **trvalé udržitelnosti** ve svém podnikání a posílila svůj závazek v této oblasti. Pro tento účel byla vypracována cestovní mapa k nulovým čistým emisím, jež obsahuje rozšířené cíle v oblasti snižování emisí v rámci celého hodnotového řetězce. Tímto záměrem se společnost zavazuje přispět k omezení globálního oteplování na 1,5 °C tak, jak je uvedeno v Pařížské dohodě o změně klimatu. Cestovní mapa společnosti Henkel, jež stvrdila i organizace Science Based Targets Initiative, sumarizuje činnosti směřující k dosažení čistých nulových emisí skleníkových plynů do roku 2045. Patří k nim také opatření v rámci celého hodnotového řetězce. Mezi obchodními společnostmi kótovanými na německém akciovém indexu DAX je Henkel první společností, jež celosvětově zavedla rodově neutrální rodičovskou dovolenou s plnou náhradou mzdy. Tento krok se setkal s velmi pozitivním ohlasem u zaměstnanců i u veřejnosti.

Společnost dosáhla dalšího pokroku i v oblasti **digitalizace**. V roce 2024 byl klíčovým tématem rychlý pokrok v oblasti umělé inteligence (AI). Ve společnosti Henkel je umělá inteligence již několik let nedílnou součástí naší digitální strategie. Využívá se například při automatizaci procesů, ve vývojové laboratoři lepidel, ve virtuálně propojených globálních výrobních závodech, v autonomních robotech ve výrobních zařízeních a při používaní chatbotů na webových stránkách značek společnosti Henkel. V rámci digitální divize „Henkel dx“ společnost v roce 2024 pokračovala v optimalizaci svých interních struktur, posilování odborných digitálních dovedností a prosazování kultury otevřených inovací. Kromě toho profituje ze svých strategických partnerství s předními globálními digitálními společnostmi jako např. SAP, Microsoft a Adobe. Tato spolupráce jí umožňuje integrovat špičkové technologie do svých digitálních platforem a projektů. Zrychleným zaváděním digitálních inovací, zdokonalováním strategie platforem a posilováním spolupráce všech obchodních divizí a funkcí byla společnost Henkel schopna výrazně zlepšit efektivní využívání informačních technologií.

Henkel v rámci své strategie dlouhodobého růstu neustále přizpůsobuje své obchodní divize požadavkům dynamických trhů a měnícím se očekáváním zákazníků v zájmu dosažení dlouhodobé úspěšnosti **provozních modelů připravených pro budoucnost**. K tomu patří i neustálé zlepšování obchodních procesů v rámci celé společnosti.

Jedním z příkladů je také zřízení globálního technologického centra v Bengalúru v Indii, kde již nyní pracuje na vytvoření plně integrovaného interního digitálního centra přes 500 IT odborníků. Společnost Henkel tak zlepšuje nákladovou efektivnost a rozšiřuje své interní odborné znalosti. V nejbližších letech se plánuje další rozšíření technologického centra. Společnost Henkel také soustředila své investiční aktivity pod jednu střechu. V rámci přechodu na systém S/4Hana v letech 2025 až 2028 se budou posuzovat možnosti zlepšení agilnosti a flexibility struktur a procesů společnosti. V této souvislosti se například zvažuje založení samostatných právních subjektů pro dvě stávající obchodní divize nejprve v Německu a později případně i ve vybraných velkých zemích. Strategické a provozní řízení skupiny a jejích divizí zůstává nezměněno. Záměrem je podpořit budoucí potřeby divizí, jakož i agendu růstu společnosti Henkel.

V uplynulém roce společnost Henkel nadále posilovala svou **firemní** **kulturu**. Iniciativa Accelerate Cultural Transformation (ACT), jež byla spuštěna v roce 2023, úspěšně pokračovala v rámci celé globální organizace. Táto iniciativa podporuje hlubší dialog a silnější propojení v rámci týmů. Loni se iniciativa ACT zaměřila na poskytování konstruktivní zpětné vazby a následnou otevřenou diskusi. Kultura spolupráce je úzce propojena s podporou rozmanitosti, rovnosti a inkluze. V zájmu dalšího posilování rozmanitosti se společnost Henkel řídí strategií, jež stojí na třech pilířích: prvním je zvyšování povědomí skrz různé formáty, jako jsou kampaně a akce. Druhým pilířem je posílení inkluzívního chování prostřednictvím vzdělávacích programů pro řídící pracovníky a zaměstnance. A třetí pilíř sestává z neustálého zlepšování strukturálních podmínek, jako např. nabídkou programů, jež podporují rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem, za paralelního odstraňovaní strukturálních překážek.

Jedním z cílů společnosti Henkel je dosáhnout rodové rovnosti na všech úrovních řízení do konce roku 2025. Nyní na přibližně 42 % řídících pozicí společnosti Henkel na celém světě jsou ženy.

„Fiskální rok 2024 byl pro společnost Henkel velmi úspěšný a významný. Dosáhli jsme našich finančních cílů, jež jsme během roku zvýšili dvakrát. Důsledně jsme implementovali naši agendu smysluplného růstu ve všech strategických dimenzích a s odhodláním jsme udělali pokrok v naší úspěšné transformaci. Jsme na správné cestě a transformace naší společnosti přináší hmatatelné výsledky. Máme jasnou strategii, silný tým a jedinečnou firemní kulturu, a proto jsme dobře připraveni na budoucnost," shrnul Carsten Knobel.

**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 lepícími materiály, tmely a funkčními nátěry. Obchodní divize Consumer Brands se drží na předních místech na mnoha světových trzích především v segmentech vlasové kosmetiky a pracích a čistících prostředků pro domácnost. Mezi tři nejsilnější značky společnosti patří Loctite, Persil a Schwarzkopf. Ve finančním roce 2024 vykázala společnost Henkel obrat ve výši přes 21,6 mld. eur a upravený provozní zisk přibližně ve výši 3,1 mld. eur. Prioritní akcie společnosti Henkel jsou kótovány na německém akciovém indexu DAX. Udržitelnost patří již dlouho k tradičním prioritám společnosti Henkel, přičemž k plnění konkrétních cílů má společnost vypracovanou jasnou strategii dlouhodobé udržitelnosti. Společnost Henkel byla založena v roce 1876 a dnes celosvětově zaměstnává přes 48 000 zaměstnanců, již spojuje silná firemní kultura, společné hodnoty a společné poslání: „Pioneers at heart for the good of generations“. Více informací najdete na stránkách [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Ředitelka korporátní komunikace CEE

Telefon: +421 917 160 597

E-mail: [zuzana.kanuchova@henkel.com](zuzana.kanuchova%40henkel.com)