

Činjenice i podaci 2014



Henkel širom sveta

Henkel posluje širom sveta sa vodećim brendovima i tehnologijama u tri poslovna sektora: Deterdženti i kućna hemija, Beauty Care i Adhezivi Tehnologije. Osnovan 1876. Henkel zauzima vodeću tržišnu poziciju na globalnom nivou, kako u sektoru robe široke potrošnje tako i u industrijskom poslovanju, sa svojim dobro poznatim brendovima kao što su Persil, Schwarzkopf i Loctite. Henkel zapošljava skoro 50.000 ljudi.



Henkel ukratko u 2014. godini

Oko

€16,4

milijardi evra prodaja

15,8%

korigovana ¹ EBIT marža: povećana za 0,4 procentna poena

44%

Naše prodaje ostvareno je na tržištima u razvoju

Skoro

50.000

zaposlenih

Zaposleni predslavljaju više od

120

nacija iz celog sveta

Oko

33%

menadžera su žene

Više od

2.200

projekata od društvenog značaja

Više od

3.800

zaposlenih je položilo treninga za „ambasadore održivosti“

138

godina uspeha brendova i tehnologija

¹ Nakon korekcija jednokratnih troškova, jednokratnih dobiti i troškova restrukturiranja.

NAŠA VIZIJA

Svetski lider u
brendovima i
tehnologijama.

NAŠE VREDNOSTI

Naši **potrošači** imaju vodeću ulogu u našem poslovanju.

Mi naše **zaposlene** poštujemo, stavljamo pred njih izazove i adekvatno nagrađujemo.

Mi stvaramo izvanredne i održive **finansijske** performanse.

Posvećeni smo liderstvu u **održivosti**.

Mi gradimo našu budućnost na temeljima našeg **porodičnog** biznisa.

NAŠA STRATEGIJA

Mi ćemo **nadmašiti** našu konkurenciju
 kao **globalna** kompanija
 sa **pojednostavljenim** procesima i
 izuzetno **inspirisanim** timom!



NAŠI CILJEVI 2016.

20 mlrd € prodaja

10 mlrd € prodaja na tržištima u razvoju

10 % rast prinosa po prioritetnoj akciji CAGR¹

¹ CAGR (Compound annual growth rate)
 - složena godišnja stopa rasta

Uključujući kontinuiranu optimizaciju portfolija.

Naša Strategija održivosti

Ostvariti više sa manje

Posvećenost liderstvu u održivosti je jedna od naših osnovnih vrednosti. Održati ravnotežu između ekonomskog uspeha, zaštite čovekove okoline i društvene odgovornosti predstavlja već decenijama osnov naše korporativne kulture.



Postižemo veću efikasnost, duž celog lanca vrednosti: Peter Jessen (levo) i njegov kolega Andy Jarosch rade na optimizaciji procesa u elektrani u okviru fabrike u Diseldorfu. Od početka 80-ih godina, Henkel je uveo brojne mere kako bi povećao efikasnost i smanjio emisiju gasova u njegovoj elektrani.

Kao lideri održivosti, mi nastojimo da budemo pioniri, da ponudimo nova rešenja za održivi razvoj dok u isto vreme oblikujemo našu poslovnu odgovornost i povećavamo naš ekonomski uspeh. Ova ambicija se oslikava u svim našim poslovnim aktivnostima – duž celog lanca vrednosti.

Ideja u srcu naše nove Strategije održivosti glasi: Ostvariti više sa manje. Mi želimo da stvorimo više vrednosti – za naše potrošače i partnere, za društvene zajednice u kojima poslujemo, kao i za našu kompaniju, istovremeno smanjujući ekološki otisak. Kako bismo to postigli, potrebne su nam inovacije, proizvodi i tehnologije koje mogu da unaprede kvalitet života koristeći manje ulaznih materijala.

Naš cilj za 2030: Faktor **3**

Do 2030. želimo da utrostručimo vrednost koju stvaramo poslovnim operacijama u poređenju sa ekološkim otiskom. Ovu ambiciju postizanja trostruke efikasnosti nazivamo „faktor 3“. Kako bismo postigli ovaj ambiciozni cilj, moramo da poboljšamo našu efikasnost u proseku 5 do 6 odsto svake godine. Zbog toga smo postavili konkretan petogodišnji cilj od 2011. do 2015. za naših šest osnovnih oblasti. U 2014. godini smo ostvarili naše ciljeve pre roka u četiri ključne oblasti.

 www.henkel.com/sustainability

Naše glavne oblasti i ciljevi u periodu 2011. – 2015.

Više vrednosti



Smanjeni otisak

Naši poslovni sektori

Henkel je aktivan sa brendovima i tehnologijama na globalnom nivou. Podelili smo poslovne operacije u tri poslovna sektora: Deterdženti i kućna hemija, Beauty Care i Adhezivi Tehnologije. U 2014. ostvarili smo 59 odsto prodaje sa naših najboljih 10 brendova. 44 odsto prihoda na globalnom nivou ostvareno je na tržištima u razvoju.



Deterdženti i kućna hemija

Prodaja

+ 4,6 %

Organski rast prodaje

Ključni finansijski pokazatelji *

U milionima evra	2013	2014	+/-
Prodaja	4.580	4.626	1,0%
Učešće Henkel prodaje	28%	28%	-
Operativni profit (EBIT)	682	615	-9,8%
Korigovani ¹ operativni profit (EBIT)	714	749	4,8%
Profitna stopa (EBIT)	14,9%	13,3%	- 1,6 pp
Korigovana ¹ profitna stopa (EBIT)	15,6%	16,2%	0,6 pp
Prinos na angažovani kapital (ROCE)	29,4%	23,4%	- 6,0 pp
Dodata ekonomska vrednost (EVA [®])	507	391	- 22,9%

pp = procentalni poeni

* Izraženo u hiljadama evra; cifre su zaokružene.

¹ Nakon korekcija jednokratnih troškova, jednokratnih dobiti i troškova restrukturiranja.

Naši top brendovi

Persil

Purex



Beauty Care

Prodaja

+2,0%

organski rast prodaje

Ključni finansijski pokazatelji *

U milionima evra	2013	2014	+/-
Prodaja	3.510	3.547	1,0%
Učešće Henkel prodaje	21%	22%	-
Operativni profit (EBIT)	474	421	-11,2%
Korigovani ¹ operativni profit (EBIT)	525	544	3,5%
Profitna stopa (EBIT)	13,5%	11,9%	-1,6 pp
Korigovana ¹ profitna stopa (EBIT)	15,0%	15,3%	0,3 pp
Prinos na angažovani kapital (ROCE)	23,6%	18,3%	-5,3 pp
Dodata ekonomska vrednost (EVA [®])	323	226	-30,2%

pp = procentualni poeni

* Izraženo u hiljadama evra; cifre su zaokružene.

¹ Nakon korekcija jednokratnih troškova, jednokratnih dobiti i troškova restrukturiranja.

Naši top brendovi

 **Schwarzkopf**



SYOSS

Adhezivi Tehnologije

Prodaja

+3,7%

organski rast prodaje

Ključni finansijski pokazatelji *

U milionima evra	2013	2014	+/-
Prodaja	8.117	8.127	0,1%
Učešće Henkel prodaje	50%	49%	-
Operativni profit (EBIT)	1.271	1.345	5,9%
Korigovani ¹ operativni profit (EBIT)	1.370	1.402	2,3%
Profitna stopa (EBIT)	15,7%	16,6%	0,9 pp
Korigovana ¹ profitna stopa (EBIT)	16,9%	17,2%	0,3 pp
Prinos na angažovani kapital (ROCE)	18,8%	19,8%	1,0 pp
Dodata ekonomska vrednost (EVA [®])	562	597	6,2%

pp = procentualni poeni

* Izraženo u hiljadama evra; cifre su zaokružene.

¹ Nakon korekcija jednokratnih troškova, jednokratnih dobiti i troškova restrukturiranja.

Naši top brendovi

LOCTITE

TEROSON

TECHNOMELT

Deterdženti i kućna hemija

Sektor Deterdženti i kućna hemija posluje na globalnom nivou sa brendovima deterdženata i kućne hemije namenjenim potrošačima. Posao sa deterdžentima uključuje ne samo univerzalne deterdžente i deterdžente sa specifičnom namenom, već i omekšivače, pomoćna sredstva za efikasnije pranje veša i ostala sredstva za negu veša. Naš portfolio za kućnu hemiju uključuje proizvode za ručno i automatsko

pranje sudova, proizvode za čišćenje kupatila, proizvode za čišćenje u domaćinstvu, sredstva za čišćenje staklenih površina i specijalizovana sredstva za čišćenje. Takođe nudimo osveživače vazduha i insekticide za primenu u domaćinstvima i određenim regijama. U 2014. godini, ostvarili smo 45 odsto prodaje zahvaljujući proizvodima koji su lansirani na tržište u poslednje 3 godine.



Pril Kraft-Gel

Pril Kraft-Gel je prva tečnost za ručno pranje posuđa koja nudi efikasno odstranjivanje ne samo masnih već i skorelih ostataka. Nova formula sadrži enzime koji prodiru u skorele molekule, rastvarajući na taj način ostatke paste, krompira i pirinča. Novi Pril Kraft-Gel je lansiran u Evropi, Africi i na Bliskom istoku.

 www.pril.de



Persil Duo-Kapsule za dodatnu belinu

Persil Duo-Kapsule sa unapređenom formulom za belinu čine svetle boje još svetlijim i daju veći sjaj odeći, čak i na niskim temperaturama kao što je 20 stepeni. Nova formula Persil Duo-Kapsula Color takođe nudi bolju zaštitu od defragmentacije boje na odeći. Nove Persil Duo-Kapsule su lansirane u Evropi.

 www.persil.de



Vernel Soft & Oils

Vernel Soft & Oils je prvi omekšivač za veš koji sadrži dragocena esencijalna ulja, izuzetne svežine koja prodiru u tkaninu i čine je mekšom. Proizvodi iz ove serije nude inovativnu prozirnu formulu i nov visokokvalitetni izgled ambalaže. Vernel Soft & Oils je lansiran u Evropi.

 www.vernel.de

Beauty Care

Poslovni sektor Beauty Care posluje sa brendiranim proizvodima za kosu, negu tela, negu kože i oralnu negu, kao i za frizerske salone.

U 2014. godini smo ostvarili 45 odsto naše prodaje sa proizvodima koje smo uspešno lansirali na tržište u posledne tri godine.



Schwarzkopf Essence Ultîme

Formule visokih performansi sa esencijom bisera kombinuju stručnost ikone lepote Klaudije Šifer sa neprikosnovenom Schwarzkopf ekspertizom kada je reč o kosi. Essence Ultîme obnavlja unutrašnjost ćelija vlasi kako bi im vratio prirodnu elastičnost.



BC Bonacure

Schwarzkopf Professional BC Bonacure profesionani tretman za negu kose sa patentiranom „Cell Perfector“ tehnologijom u potpunosti obnavlja oštećenu vlas iznutra, postavljajući nov nivo savršenog izgleda kose uz 100 odsto elastičnosti, snage i rastegljivosti.



Diadermine N°110

Prva Diadermine linija krema protiv starenja, koja slavi 110 godina dermatološke ekspertize. Ključni sastojak u svim proizvodima je 110 kapljica specijalnog koncentrata koje aktiviraju 11 znakova mlade kože – za sjajan, mladalački izgled.

Adhezivi Tehnologije

Poslovni sektor Adhezivi Tehnologije pruža globalno stručna rešenja sa adhezivima, lepilima i funkcionalnim premazima u dve poslovne oblasti: Industrija, potrošači i majstori i Građevina. Poslovanje sa industrijskim klijentima se deli na: Pakovanja i roba široke potrošnje; Transport i metal; Opšta industrija; Elektronika.

U 2014. godini, ostvarili smo 30 odsto prodaje sa našim proizvodima koje smo uspešno lansirali na tržište u poslednjih pet godina.



Bonderite premaz za magnezijum

Henkel je razvio zaštitni elektro keramički premaz za magnezijum koji se koristi npr. za tretiranje lakih metala na mobilnim uređajima. Ova napredna tehnologija pruža izvanrednu zaštitu od korozije, trenja i habanja. Takođe omogućava smanjenje debljine nanosa i poboljšava efikasnost u procesu proizvodnje.

 www.henkel-adhesives.com

Nova tehnološka platforma

Napredna tehnologija omogućava sintetičkim polimerima da budu zamenjeni obnovljivim sirovinama. Ovo omogućava različitim materijalima, kao što su tečno primenljivi zvučni izolatori iz Teroson brenda, da budu specifično prilagođeni za svaku aplikaciju. Težina nanosa ovih akustičnih rešenja je za 30% manja nego sintetički akustični proizvodi, pri čemu pruža iste ili bolje performanse vozila.

 www.henkel.com/automotive

Loctite TAF

Elastični toplotno apsorbujući nanosifilmovi iz Loctite TAF serije smanjuju temperaturu procesora i kućišta kod mobilnih uređaja za više od 3 stepena C. Oni tako poboljšavaju fleksibilnost dizajna i performanse uređaja, uz istovremeno povećanje zadovoljstva korisnika.

 www.henkel.com/electronics

Naši ljudi

Kao globalna kompanija, Henkel zapošljava skoro 50.000 ljudi iz više od 120 nacija u više od 75 zemalja. Više od 80 odsto naših zaposlenih rade izvan Nemačke.

Nastavili smo naš razvoj u 2014. u svim ključnim oblastima upravljanja ljudskim resursima:

- Osnažili smo našu reputaciju kao najomiljenijeg poslodavca brojnim inicijativama i ciljanim programima za privlačenje i zadržavanje najboljih talenata u našoj kompaniji.
- Podržali smo profesionalni i lični razvoj naših zaposlenih kroz bogatu ponudu treninga i razmena, uključujući i program životnog učenja. Kroz ove programe, posebno smo se fokusirali na promovisanje principa rukovođenja i razvoj sledeće generacije rukovodilaca na tržištima u razvoju.
- Ojačali smo našu kulturu zasnovanu na učinku kroz jedinstven sistem ocenjivanja menadžera na globalnom nivou i kompetitivne programe kompenzacija usklađene sa našim srednjoročnim finansijskim ciljevima.
- Povećali smo različitost u našoj kompaniji i proširili mogućnosti za fleksibilne radne uslove. To je takođe doprinelo porastu stope žena na menadžerskim pozicijama.
- Na kraju, kroz naše već ustanovljene programe u oblasti korporativnog građanstva, mi smo podržali i ohrabрили naše zaposlene da se angažuju kao volonteri i doprinesu društvenom napretku.

Različitost doprinosi korporativnom uspehu

Različitost, koja se takođe ogleda u ponašanju, znanju, veštinama naših zaposlenih, je važna vrednost i kompetitivna prednost za nas. Sve to iz razloga jer različite kulture i sposobnosti naših zaposlenih igraju ključnu ulogu za nas kako bismo bolje razumeli naša tržišta i naše potrošače, i kako bismo ostvarili dugoročan uspeh.



Poster koji ilustruje našu globalnu inicijativu iz 2014. sa ciljem da promovise različitosti i inkluzivnu korporativnu kulturu.

Razvijanje liderske kulture

Izuzetno internacionalan karakter i različitost naše kompanije zahtevaju zajedničku viziju i to da aktivno živimo naše korporativne vrednosti kao nešto što nas ujedinjuje i stvara nam osnovu za usklađenost širom sveta. Snažni lideri čine razliku u uspešnom upravljanju biznisom,

Zaposleni po regionima



- 30% Zapadna Evropa
- 20% Istočna Evropa
- 20% Azijsko-pacifički region
- 13% Severna Amerika
- 10% Afrika/Bliski istok
- 7% Latinska Amerika

Na dan: 31. decembar, 2014.

Zaposleni po poslovnim sektorima



- 53% Adhezivni Tehnologije
- 18% Deterdženti i kućna hemija
- 15% Beauty Care
- 14% Funkcije

Na dan: 31. decembar, 2014.

stvarajući nove šanse za rast, pokrećući promene i uspostavljajući snažnu kulturu zasnovanu na učinku. Kako bismo pružili jasne smernice, Henkel je razvio pet Liderskih principa koji su predstavljeni 2012. godine, zajedno sa našom Strategijom. Oni čine integralni deo ocenjivanja i razvoja naših lidera.

Henkel takođe promovise razvoj karijere za žene menadžere. Mi smo kontinuirano povećavali udeo žena na menadžerskim pozicijama, od 23 odsto 2004. godine do oko 33 odsto na kraju 2014. (ne računajući akvizicije iz 2014.).

Društveni angažman

Korporativno građanstvo je integralni deo naše kulture još od kada je Fric Henkel osnovao kompaniju 1876. Ono se zasniva na četiri programa korporativnog građanstva: Korporativno volontiranje, društvena partnerstva, angažman brendova i hitna pomoć.



Dorota Strosznajder, direktorka za korporativne komunikacije u Henkel Poljska (u sredini), i njeni partneri na projektu Agnieszka Kramm (levo) i Anna Jachimiak iz Fondacije „Miejsce Kobiet” vode projekat za žene u Poljskoj koje već duže vremena nemaju posla.

Osnivanje Fondacije „Fric Henkel” 2011. godine, naglašava našu posvećenost društvenim interesima koja prevazilazi poslovne interese. Henkel i Fondacija „Fric Henkel”, u 2014. godini, podržali su 2.265 projekata pružajući donacije u vrednosti od 8,2 miliona evra. Donacije su pomogle više od million ljudi širom sveta.

Pomoć ženama da se vrate na posao

Projekat „Na putu do posla” je stvoren kako bi se pružila podrška za 60 žena u Poljskoj, koje duže vremena nisu imale posao, i kako bi se pomoglo da se ponovo vrate na tržište rada. Projekat je ostvaren u saradnji sa Henkel Poljska i fondacijom „Miejsce Kobiet” iz Varšave, i ponudio je nekoliko inicijativa za rešavanje društvenih i profesionalnih potreba.

Ovaj projekat je već imao prve uspehe. Do oktobra 2014. čak 27 žena od ukupno 60 koliko ih je učestvovalo, pronašle su novi posao. Ostale žene učestvuju u procesu regrutacije i traženja posla ili u dodatnim treninzima i obukama kako bi stekle nove veštine i započele nove poslove. Drugi deo projekta je započeo u oktobru 2014. sa novom grupom od 20 žena koje su već duže vremena bez posla.

Više od 3.800 Ambasadora Održivosti

Program Ambasadora Održivosti je osnovan 2012. sa ciljem da obuču zaposlene kako da bolje prenesu značaj održivog poslovanja svojim kolegama, dobavljačima, kupcima kao i potrošačima i učenicima u školama. Do kraja 2014, više od 3.800 zaposlenih u Henkelu se kvalifikovalo kao Ambasadori Održivosti. Kroz ovaj program smo edukovali više od 36.000 učenika osnovnih škola u 37 zemalja.



Elisabetta Marangoni, direktorka za medije i digitalnu komunikaciju u sektoru Deterdženti i kućna hemija u Italiji, sluša učenike u školi „Istituto Comprensivo Teodoro” u Milanu, Italija. Marangoni je jedan od 3.800 Henkelovih Ambasadora Održivosti širom sveta.

Naš Upravni odbor



Kasper Rorsted

Predsednik UO

Rođen u Arhusu (Aarhus), Danska, 24. februara 1962; u Henkelu od 2005.



Jan-Dirk Auris

Izvršni potpredsednik Adhezivi Tehnologije

Rođen u Kelnu, Nemačka 01. februara 1968; u Henkelu od 1984.



Carsten Knobel

Izvršni potpredsednik za Finansuje (CFO)/Nabavku Integrisana poslovna rešenja

Rođen u Margurgu/Lahn, Nemačka, 11. januara 1969; u Henkelu od 1995.



Bruno Piacenza

Izvršni potpredsednik Deterdženti i kućna hemija

Rođen u Parizu, Francuska 22. decembra 1965; u Henkelu od 1990.



Kathrin Menges

Izvršni potpredsednik Ljudski resursi / Infrastruktura Usluge (Services)

Rođena u Pricvaku (Pritzwalk), Nemačka, 16. oktobar 1964; u Henkelu od 1999.



Hans Van Bylen

Izvršni potpredsednik Beauty Care

Rođen u Berhemu (Berchem), Belgija; 26. aprila 1961; u Henkelu od 1984.

Poslovni rezultati Henkela u 2014.

U milionima evra	2013	2014	+/- 2013 - 2014
Prodaja	16.355	16.428	0,4%
Deterđženti i kućna hemija	4.580	4.626	1,0%
Beauty Care	3.510	3.547	1,0%
Adhezivi Tehnologije	8.117	8.127	0,1%
Operativni profit (EBIT)	2.285	2.244	-1,8%
Korigovani ¹ operativni profit (EBIT)	2.516	2.588	2,9%
Prinos od prodaje (EBIT) u %	14,0	13,7	-0,3 pp
Korigovani ¹ prinos od prodaje (EBIT) u %	15,4	15,8	0,4 pp
Neto prihodi	1.625	1.662	2,3%
– Koji se raspoređuju manjinskim interesima	-36	-34	-5,6%
– Koji se raspoređuju akcionarima Henkel AG & Co. KGaA	1.589	1.628	2,5%
Zarada po preferencijalnoj akciji u evrima	3,67	3,76	2,5%
Korigovana ¹ zarada po preferencijalnoj akciji u evrima	4,07	4,38	7,6%
Prinos na investiran kapital (ROCE) u %	20,5	19,0	-1,5 pp
Dividende po običnoj akciji u evrima	1,20	1,29 ²	7,5%
Dividende po preferencijalnoj akciji u evrima	1,22	1,31 ²	7,4%

pp = procentualni poeni

¹ Nakon korekcija jednokratnih troškova, jednokratnih dobiti i troškova restrukturiranja.

² Predlog za akcionare za Godišnju Generalnu skupštinu 13. aprila 2015.

Učinak akcija

Jones Euro Stoxx Consumer Goods – porastao je za 5,9 odsto, i završio na 532,68 poena. U ovakvom tržišnom okruženju, vrednost Henkelovih preferencijalnih akcija je značajno porasla, do 6,1 odsto na 89,42 evra. Obične akcije su takođe zabeležile značajan dobitak i dostigle su rekordnu vrednost od 80,44 evra, 6,3 odsto više u odnosu na prethodnu godinu. Naše akcije su nadmašile i DAX i ostale akcije koje predstavljaju sektor robe široke potrošnje.

Henkelove akcije i dalje predstavljaju atraktivnu investiciju za dugoročne investitore. Akcionari koji su investirali 1.000 evra kada su 1985. godine izdate Henkelove preferencijalne akcije, i koji su takođe investirali sve dividende (pre odbitka poreza) krajem 2014. godine raspolažu portfolijom akcija vrednosti oko 29.271 evra. Ovo predstavlja povećanje vrednosti od oko 2,827 procenata ili prosečan godišnji prinos od 12,2 procenata. U istom periodu, DAX je ostvario prosečan prinos od 7,6 procenata.

Više informacija o akcijama Henkela:

 www.henkel.com/ir

Najvažniji podaci o Henkelovim akcijama 2012. do 2014.

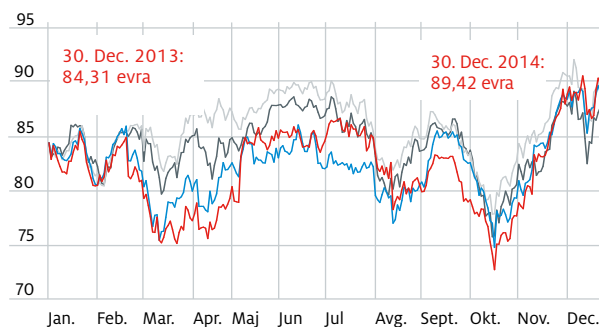
U evrima	2012	2013	2014
Zarada po akciji			
Obična akcija	3,40	3,65	3,74
Preferencijalna akcija	3,42	3,67	3,76
Dividende			
Obična akcija	0,93	1,20	1,29 ²
Preferencijalna akcija	0,95	1,22	1,31 ²
Tržišna akcija¹ u milijardama evra	24,6	34,7	36,8
Obične akcije u milijardama evra	13,5	19,7	20,9
Preferencijalne akcije u milijardama evra	11,1	15,0	15,9

¹ Završna cena akcije, „Xetra trading system“

² Predlog za akcionare za Godišnju Generalnu skupštinu 13. aprila 2015.

Odnos akcija Henkela i tržišnih kretanja Januar – decembar 2014.

U evrima



- Preferencijalne akcije Henkela
- Obične (indeksirane) akcije Henkela
- DJ Euro Stoxx Consumer Goods (indeksiran)
- DAX (indeksiran)

Kontakti

Korporativne komunikacije

Telefon: +49 (0)211-797-3533

Faks: +49 (0)211-798-2484

E-mail: corporate.communications@henkel.com

Odnosi sa investitorima

Telefon: +49 (0)211-797-3937

Faks: +49 (0)211-798-2863

E-mail: investor.relations@henkel.com

Za ovo izdanje zaslužni

Izdaje:

Henkel AG & Co. KGaA

40191 Diseldorf, Nemačka

Telefon: +49 (0)211-797-0

© 2015 Henkel AG & Co. KGaA

Štampa izdanja na engleskom: „Druckpartner“, Esen

PR no.: 03 15 11,000

Štampa izdanja na srpskom: Global print

Tiraž izdanja na srpskom: 200 kom

Ukoliko nije drugačije naznačeno, svi proizvodi i imena korišćeni u ovoj publikaciji su robne marke i/ ili zaštićene robne marke Henkel Grupe u Nemačkoj i drugde.

Saznajte više o našoj strategiji, našim ciljevima za 2016 i o našoj Strategiji održivosti u onlajn izdanju našeg Izveštaja o poslovanju za 2014:

 corporatereport.henkel.com



www.henkel.com/annualreport



www.henkel.com/sustainabilityreport

Finansijski kalendar 2015

Godišnja skupština

Henkel AG & Co. KGaA 2015:

Ponedjeljak, 13. april 2015.

Objavljivanje izveštaja

za prvi kvartal 2015:

Četvrtak, 07. maj 2015.

Objavljivanje izveštaja

za drugi kvartal/pola godine 2015:

Sreda, 12. avgust 2015.

Objavljivanje izveštaja

za treći kvartal/devet meseci 2015:

Sreda, 11. novembar 2015.

Objavljivanje izveštaja

za fiskalnu 2015:

Četvrtak, 25. februar 2016.

Godišnja skupština

Henkel AG & Co. KGaA 2016:

Ponedjeljak, 11. april 2016.

Najaktuelniji podaci o poslovanju Henkela dostupni su na internetu:

 www.henkel.com



Henkel aplikacije dostupne za IOS i za Android



Henkel na društvenim mrežama:



www.facebook.com/henkel

www.twitter.com/henkel

www.youtube.com/henkel

