

Čtvrtletní výkaz prvního čtvrtletí 2020

leden – březen

Zdraví a bezpečnost zaměstnanců během pandemie COVID-19 je na prvním místě

Společnost Henkel vykázala v prvním čtvrtletí slušné tržby i ve velmi náročných podmínkách.

- **Skupinové tržby zasáhnuté pandemií COVID-19:**
nominálně -0.8%, organicky -0.9%
- **Tržby divize Adhesive Technologies v průmyslovém prostředí prudce klesly:** nominálně -4.3%, organicky -4.1%
- **Tržby divize Beauty Care klesly kvůli negativnímu dopadu pandemie COVID-19 na kadeřnictví:** nominálně -2.6%, organicky -3.9%
- **Divize Laundry & Home Care zaznamenala velký nárůst tržeb:**
nominálně 5.3%, organicky 5.5%
- **Rozdílný vývoj tržeb dle regionu:** rozvíjející se trhy 2.2%, rozvinuté trhy -2.8%

Düsseldorf, 11. května 2020 – Vývoj a výsledky tržeb společnosti Henkel byly během prvního čtvrtletí fiskálního roku 2020 silně ovlivněny pandemií COVID-19. Skupinové tržby nominálně klesly o 0,8 % na 4,9 miliardy eur. Navzdory účinkům pandemie COVID-19 byly organické tržby pouze mírně pod úrovní předchozího roku a poklesly o 0,9%.

„V současné době čelíme velmi náročné situaci. Pandemie COVID-19 zasáhla všechny oblasti života a velmi tvrdě zasáhla globální ekonomiku. Přesto jsme v prvním čtvrtletí dosáhli slušných tržeb. V této krizi je pro nás nejvyšší prioritou zdraví a bezpečnost našich zaměstnanců, zákazníků a obchodních partnerů. Již v rané fázi jsme zavedli řadu komplexních ochranných opatření. Zároveň jsme udělali vše pro to, abychom mohli navzdory těmto obtížným okolnostem pokračovat v našich obchodních činnostech a nadále sloužit našim zákazníkům. Zahájili jsme také program globální solidarity, jehož součástí je darováním produktů a finanční podpora. V prvním čtvrtletí jsme také uskutečnili implementaci našeho nového strategického rámce,“ uvedl generální ředitel společnosti Henkel Carsten Knobel.

I přes náročné podmínky na trhu vykázala společnost Henkel v prvním čtvrtletí silné tržby. Divize **Adhesive Technologies** byla ovlivněna především silným poklesem poptávky automobilového průmyslu. Tržby divize **Beauty Care** se meziročně také snížily. Kvůli uzavírání kadeřnictví v mnoha zemích, utrpělo toto odvětví velké škody. Oproti tomu, růst organických tržeb v segmentu značkového spotřebního zboží, byl srovnatelný s předchozím rokem. Díky silné poptávce po pracích prostředcích a domácích čistících prostředcích dosáhla divize **Laundry & Home Care** velmi silného organického růstu.

„Podle toho, jak se bude situace kolem pandemie COVID-19 vyvíjet, budeme se jí i nadále rychle a pružně přizpůsobovat pomocí změn na trzích na kterých působíme. Jsem přesvědčen, že s naším specializovaným globálním týmem, našim novým strategickým rámcem zaměřeným na účelný růst a naši silnou rozvahu, máme velké předpoklady k tomu, abychom z této obtížné situace vyšli ještě silněji,“ dodal Carsten Knobel.

Skupinové tržby

Skupinové tržby se v prvním čtvrtletí 2020 nominálně snížily o 0,8 %, ze 4 969 milionů eur v loňském prvním čtvrtletí na 4 927 milionů eur. Organické (tj. očištěny o měnu a akvizice / odprodej) tržby klesly o 0,9 %. Na skupinové úrovni byl pokles ovlivňován cenou a objemem prodeje, který byl v jednotlivých obchodních divizích odlišný. Akvizice a odprodeje představovaly nárůst tržeb o 0,4 %. Kurzové vlivy snížily tržby o 0,4 % .

Skupinové tržby¹

v miliónech eur	Q1/2020
Tržby	4,927
Změna oproti minulému roku	-0.8%
Kurzové vlivy	-0.4%
Upraveno o kurzové vlivy	-0.5%
Akvizice/odprodeje	0.4%
Organicky	-0.9%
z toho cena	-1.0%
z toho objem	0.1%

¹ Vypočítáno na základě jednotek 1,000 eur. Každý údaj je komerčně zaokrouhlen. Sčítání může vést k odchylkám od uvedených součtů.

Rozvíjející se trhy zaznamenaly organický růst tržeb o 2,2 %. Naše tržby na **vyspělých trzích** klesly o 2,8 %. Meziroční vývoj organických tržeb v regionu západní Evropy poklesl o 4,6 %. Naproti tomu se nám podařilo zvýšit tržby v regionu východní Evropy a to o 10,8 %. Africký region a region Blízkého východu v prvním čtvrtletí roku 2020 dosáhl organického růstu tržeb o 6,8 %.

Organické tržby v regionu Severní Ameriky se snížily o 1,4 % a v regionu Latinské Ameriky o 2,0 %. Vývoj organických tržeb v asijsko-pacifickém regionu byl také pod hodnotou loňského čtvrtletí a to o 5,7 %.

Obrat podle regionu¹

v miliónech eur	Západní Evropa	Východní Evropa	Afrika/ Blízký východ	Severní Amerika	Latinská Amerika	Asijsko-Pacifický	Korporát	Skupina Henkel
Tržby² Q1/2020	1,500	758	349	1,302	292	697	29	4,927
Tržby ² Q1/2019	1,569	693	335	1,266	320	754	32	4,969
Změna oproti Q1/2019	-4.4%	9.3%	4.4%	2.8%	-8.5%	-7.6%	-	-0.8%
Organicky	-4.6%	10.8%	6.8%	-1.4%	-2.0%	-5.7%	-	-0.9%
Podíl na skupinových tržbách 2020	30%	15%	7%	26%	6%	14%	1%	100%
Podíl na skupinových tržbách 2019	32%	14%	7%	25%	6%	15%	1%	100%

¹ Vypočítáno na základě jednotek 1,000 eur. Každý údaj je komerčně zaokrouhlen. Sčítání může vést k odchylkám od uvedených součtů.

² Podle sídla společnosti.

Vývoj tržeb divize Adhesive Technologies

V prvním čtvrtletí 2020 se tržby divize Adhesive Technologies nominálně snížily o 4,3 % z 2 309 milionů EUR, kterých dosáhla v roce 2019, na 2 209 milionů EUR.

Organické (tj. upraveno o měnu a akvizice /odprodejů) tržby klesly o 4,1 % z důvodu poklesu objemu prodejů. Vývoj v prvním čtvrtletí se vyznačoval výrazným poklesem průmyslové výroby v důsledku pandemie COVID-19. Kurzové vlivy snížily tržby o 0,3 %. Akvizice / odprodeje neovlivnily prodejní výkon.

Vývoj tržeb divize Adhesive Technologies¹

v miliónech eur	Q1/2020
Tržby	2,209
Podíl na skupinových tržbách	45%
Změna oproti loňskému roku	-4.3%
Kurzové vlivy	-0.3%
Upraveno o kurzové vlivy	-4.1%
Akvizice/odprodeje	0.0%
Organicky	-4.1%
z toho cena	0.0%
z toho objem	-4.1%

¹ Vypočítáno na základě jednotek 1,000 eur. Každý údaj je komerčně zaokrouhlen. Sčítání může vést k odchylkám od uvedených součtů.

Organický vývoj tržeb v jednotlivých oblastech podnikání byl v různé míře ovlivněn pandemií COVID-19. Tržby v oblasti **automobilového a kovozpracujícího průmyslu** byly výrazně pod úrovní předchozího roku, zejména kvůli výpadkům výroby v automobilovém průmyslu. Tržby se výrazně snížily také v oblasti **elektroniky a průmyslových údržeb a oprav**, rovněž v důsledku zastavení výroby v leteckém odvětví a všeobecném průmyslu. Celkový pokles tržeb na trhu s produkty pro **řemeslníky, stavebnictví a profesionály** byl částečně kompenzován výsledky stavebního sektoru. Segment obalů a spotřebitelského zboží si udržel stabilní vývoj tržeb.

Podniky této obchodní divize zaznamenaly celkový pokles organických tržeb na **rozvíjejících se trzích**. Tržby v Latinské Americe, regionu Afriky a Blízkého východu a na rozvíjejících se trzích v Asii (vyjma Japonska) se meziročně snížily. Pandemie COVID-19 měla nepříznivý vliv na naše podnikání v Číně a Indii. Oproti tomu se prodej v regionu východní Evropy zvýšil. Hlavním důvodem růstu byly oblasti obchodu s obaly a spotřebního zboží na trhu s produkty pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály v Rusku.

Vyspělé trhy rovněž vykazovaly negativní vývoj organických tržeb. Zatímco na vyspělých trzích v asijsko-pacifickém regionu byl dosažen pozitivní růst, tržby v regionech Severní Ameriky a západní Evropy byly pod úrovní předchozího čtvrtletí. Bylo to způsobeno především klesající tendencí v oblasti automobilového,

kovozpracujícího a elektronického průmyslu. V Severní Americe byl pokles částečně kompenzován silným růstem segmentu obalů, spotřebitelského zboží a prodeje produktů pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály.

Vývoj tržeb divize Beauty Care

Tržby divize Beauty Care dosáhly v prvním čtvrtletí 2020 výše 935 milionů EUR, což odpovídá **nominálnímu** poklesu o 2,6 % ve srovnání s předchozím čtvrtletím (v prvním čtvrtletí 2019 dosáhla tržeb 960 milionů EUR). **Organicky** (tj. očištěno o měny a akvizice / odprodej) se tržby snížily o 3,9 %. Tento pokles byl způsoben hlavně snížením objemu prodeje. Kurzové vlivy snížily tržby o 0,9%. Akvizice / odprodej přispěly k rozvoji prodeje o 2,3 %.

Vývoj tržeb divize Beauty Care¹

v miliónech eur	Q1/2020
Tržby	935
Podíl na skupinových tržbách	19%
Změna oproti loňskému roku	-2.6%
Kurzové vlivy	-0.9%
Upraveno o kurzové vlivy	-1.7%
Akvizice/odprodeje	2.3%
Organicky	-3.9%
z toho cena	-1.0%
z toho objem	-2.9%

¹ Vypočítáno na základě jednotek 1,000 eur. Každý údaj je komerčně zaokrouhlen. Sčítání může vést k odchylkám od uvedených součtů.

Vývoj tržeb na trzích se **značkovým spotřebním zbožím** zůstal meziročně nezměněn. Dobrých výsledků dosáhla kategorie, která zajišťuje péči o tělo, a to především značka **Fa**. V kategorii vlasové kosmetiky, v rámci které byl zaznamenán mírný pokles, došlo k pozitivnímu organickému růstu v oblasti barev na vlasy. Naopak tomu bylo v kategorii výrobků pečujících o vlasy a jejich styling.

Pandemie COVID-19 měla velmi negativní dopad na naše produkty z kategorie **profesionální vlasové kosmetiky**. Z důvodu uzavření kadeřnických salonů na základě vládních rozhodnutí v mnoha státech, se tržby v prvním čtvrtletí propadly o desítky procent.

Pokles v důsledku šíření pandemie COVID-19 se projevil různě v jednotlivých regionech. Výsledek na **rozvíjejících se trzích** byl mírně negativní. Regiony jako Asie (vyjma Japonska), Latinská Amerika, Afrika a Blízký východ zaznamenaly meziroční pokles. Naopak východoevropský region dosáhl vysokého růstu organických tržeb, a to díky skvělým výsledkům na trhu s našimi značkovými spotřebními výrobky.

Celkové tržby na **vyspělých trzích** klesly. V západní Evropě a Severní Americe jsme zaznamenali meziroční pokles. Na trhu značkových spotřebitelských výrobků v Severní Americe byl zpozorován velmi silný růst v kategorii výrobků pečující o tělo. Tento nárůst však nestačil k tomu, aby plně kompenzoval propad, který jsme v tomto regioně zaznamenali v oblasti profesionální vlasové kosmetiky. Na vyspělých trzích asijsko-pacifického regionu byl vývoj tržeb mírně nižší než v loňském roce.

Vývoj tržeb divize Laundry & Home Care

Tržby divize Laundry & Home Care se v prvním čtvrtletí 2020 nominálně zvýšily o 5,3%, a to z 1 667 milionů EUR v minulém roce na 1 755 milionů EUR. Velmi silný růst **organických** tržeb o 5,5 % byl způsobený zvýšeným objemem prodeje. Kurzové vlivy snížily tržby o 0,2 %. Akvizice a odprodeje měly neutrální vliv na vývoj tržeb.

Vývoj tržeb divize Laundry & Home Care¹

v miliónech eur	Q1/2020
Tržby	1,755
Podíl na skupinových tržbách	36%
Změna oproti loňskému roku	5.3%
Kurzové vlivny	-0.2%
Upraveno o kurové vlivy	5.5%
Akvizice/odprojed	0.0%
Organicky	5.5%
Z toho cena	-2.3%
Z toho objem	7.8%

¹ Vypočítáno na základě jednotek 1,000 eur. Každý údaj je komerčně zaokrouhlen. Sčítání může vést k odchylkám od uvedených součtů.

Růst organických tržeb byl v kategorii **pracích prostředků** velmi silný – zejména díky skvělým výsledkům naší klíčové značky **Persil**, která dosáhla růstu v řádech desítek procent, mimo jiné také díky naší ofenzivě inovací. Naše největší značka na severoamerickém trhu, **all**, také dosáhla úctyhodných výsledků. Organický růst v kategorii **čisticích prostředků pro domácnost** se pohyboval v pásmu desítek procent, přičemž hlavním důvodem tohoto růstu bylo zvýšení prodeje značek **Pur**, **Bref** a **Somat**.

Hlavními aktéry, díky kterým se organické tržby této divize pohybují v řádech desítek procent, jsou **rozvíjející se trhy**. Společnost Henkel dosáhla dvojciferného růstu tržeb v regionech Afriky a Blízkého východu, Asie (vyjma Japonska) a východní Evropy.

Organický vývoj tržeb byl na **vyspělých trzích** pozitivní. Zatímco tržby v západoevropském regionu byly lehce negativní, severoamerický region vykázal pozitivní růst. Silný růst tržeb byl především ve Spojených státech amerických, které jsou důležitým trhem pro společnost Henkel. Růst ve vyspělých státech asijsko-pacifického regionu se také pohyboval v dvojciferném pásmě.

Čistá aktiva a finanční pozice skupiny

Ve sledovaném období nedošlo k žádným podstatným změnám v čistých aktivech a finanční situaci skupiny ve srovnání s 31. prosincem 2019.

Výhled

Dne 7. dubna 2020 se správní rada společnosti Henkel AG & Co. KGaA rozhodla, že prognózu pro fiskální rok 2020 zveřejněnou ve výroční zprávě 2019 již nelze dodržet. Protože dynamický vývoj pandemie COVID-19 ovlivňuje globální ekonomiku, není v současné době možné spolehlivě a realisticky vyhodnotit budoucí obchodní výkonnosti společnosti Henkel.

Jakmile bude možné provést dostatečně spolehlivé vyhodnocení budoucího obchodního vývoje pro rok 2020, společnost Henkel zveřejní odpovídající prognózu.

O společnosti Henkel

Společnost Henkel působí globálně s vyváženým a diverzifikovaným portfoliem. Společnost si drží vedoucí pozice napříč svými třemi obchodními divizemi v průmyslových i spotřebitelských podnicích díky silným značkám, inovacím a technologiím. Henkel Adhesive Technologies je světovým lídrem na trhu s lepidly – napříč všemi průmyslovými segmenty po celém světě. V divizích Laundry & Home Care a Beauty Care má společnost Henkel vedoucí postavení na mnoha trzích a kategoriích po celém světě. Společnost Henkel, založená v roce 1876, se ohlíží zpět na více než 140 let úspěchu. V roce 2019 společnost Henkel vykázala tržby ve výši přibližně 20 miliard eur a provozní zisk ve výši přibližně 3,2 miliardy eur. Společnost Henkel zaměstnává po celém světě kolem 52 000 lidí – nadšený a velmi rozmanitý tým spojený silnou firemní kulturou, sdílenými hodnotami a společným cílem vytvořit udržitelnou hodnotu. Jako uznávaný vůdce v udržitelnosti má společnost Henkel přední postavení v mnoha mezinárodních indexech a žebříčkách. Prioritní akcie společnosti Henkel jsou uvedeny v německém akciovém indexu DAX. Pro více informací navštivte prosím www.henkel.cz.

Tento document obsahuje výhledová stanoviska opírající se o předpoklady vypracované managementem společnosti Henkel. Stanoviska týkající se budoucího vývoje charakterizuje použití slov jako „očekávat“, „zamýšlet“, „plánovat“, „předpokládat“, „domnívat se“, „odhadovat“ a další podobné výrazy. Tyto informace obsahují výhledová prohlášení, která jsou založena na současných odhadech a předpokladech podnikového vedení společnosti Henkel AG & Co. KGaA. Takováto prohlášení by neměla být chápána tak, že se tato očekávání ukáží jako přesná. Budoucí výsledky a dosažené výsledky společnosti Henkel AG & Co. KGaA a jejích dceřiných společností závisí na řadě rizik a nejistot, a proto se mohou výrazně lišit od výhledových prohlášení. Mnoho těchto faktorů je mimo kontrolu společnosti Henkel a nelze je předem přesně odhadnout, například budoucí ekonomické prostředí a jednání konturentů a dalších subjektů zapojených do trhu. Společnost Henkel neplánuje ani se nezavazuje aktualizovat žádná výhledová prohlášení.

Tento dokument obsahuje doplňující finanční ukazatele, které nejsou jednoznačně definované v rámci platného finančního výkazu a které jsou nebo mohou být alternativními ukazateli výkonnosti. Při posuzování čistých aktiv, finanční situace a výsledků operací společnosti Henkel by tyto doplňkové finanční ukazatele neměly být posuzovány izolovaně nebo jako alternativy k finančním ukazatelům prezentovaným v souladu s příslušným rámcem účetního výkazu v konsolidované účetní uzávěrce. Jiné společnosti, které vykazují nebo uvádějí alternativní ukazatele výkonnosti s podobnými názvy, je mohou vypočítat odlišně.

Tento dokument slouží výlučně pro informační účely a nepředstavuje investiční radu nebo nabídku k prodeji či nákupu cenných papírů.

Contacts

Investors & Analysts

Lars Korinth

Phone: +49 (0) 211 797-1631

E-mail: lars.korinth@henkel.com

Mona Niermann

Phone: +49 (0) 211 797-7151

E-mail: mona.niermann@henkel.com

Dorothee Brinkmann

Phone: +49 (0) 211 797-5299

E-mail: dorothee.brinkmann@henkel.com

Press & Media

Lars Witteck

Phone: +49 (0) 211 797-2606

E-mail: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Phone: +49 (0) 211 797-1875

E-mail: wulf.klueppelholz@henkel.com

Jennifer Ott

Phone: +49 (0) 211 797-2756

E-mail: jennifer.ott@henkel.com

The statement for the first quarter 2020, further information containing download material, and the link to listen in on the telephone conference are available at:

www.henkel.com/press

www.henkel.com/ir