

COVID-19 salgını sürecinde çalışanların sağlık ve güvenliğine odaklanmak

## Henkel oldukça zorlu piyasa şartlarında güçlü bir ilk çeyrek satış performansı ortaya koydu

- **Grup genelindeki satışlar COVID-19 salgınından etkilendi:** nominal satışlarda %-0,8 oranında, organik satışlarda ise %-0,9 oranında bir değişim gözlemlendi.
- **Yapıştırıcı Teknolojileri'nde satışlar, endüstriyel iş ortamındaki keskin düşüş sebebiyle azalma gösterdi:** nominal satışlarda %-4,3 oranında, organik satışlarda ise %-4,1 oranında bir değişim gerçekleşti.
- **Beauty Care satışları, kuaför salonu aktivitelerinin azalmasının Profesyonel iş birimine etkisiyle düşüş gösterdi:** nominal satışlarda %-2,6 oranında, organik satışlarda ise %-3,9 oranında bir azalma gerçekleşti.
- **Çamaşır ve Ev Bakım ise satışlarda oldukça güçlü bir artış sergiledi:** nominal satışlarda %5,3 oranında, organik satışlarda ise %5,5 oranında bir artış gözlemlendi.
- **Farklılık gösteren bölgesel satış değişiklikleri:** gelişmekte olan piyasalarda %2,2 oranında, gelişmiş piyasalarda ise %-2,8 oranında bir değişim gerçekleşti.

Düsseldorf, 11 Mayıs 2020 – Henkel'in iş performansı **2020 mali yılının ilk çeyreğinde** COVID-19 salgınından etkilendi. **Grup genelinde satışlar** nominal olarak yüzde -0,8 oranında azalarak 4,9 milyar Euro seviyesinde gerçekleşti. COVID-19 salgınının etkilerine karşın satışlar, organik olarak geçen yılın aynı çeyreğine ait seviyenin sadece hafif bir oranda altında, yüzde -0,9 oranında bir azalma göstererek gerçekleşti.

Henkel CEO'su Carsten Knobel, "An itibarıyla çok zorlu bir durumla karşı karşıyayız. COVID-19 salgını hayatın her alanında etkisini gösterdi ve aynı zamanda küresel ekonomiye ciddi bir darbe vurdu. Buna rağmen ilk çeyrekte güçlü bir satış performansı ortaya koyduk. Bu kriz döneminde çalışanlarımızın, müşterilerimizin ve iş ortaklarımızın sağlığı ve güvenliği önceliklerimizde başta geliyor. Bu sürecin ilk dönemlerinde kapsamlı nitelikte koruyucu önlemlerimizi uygulamaya aldık. Aynı zamanda, bu zorlu şartlara karşın faaliyetlerimizi sürdürmek ve müşterilerimize hizmet vermeye devam etmek için mümkün olan her şeyi gerçekleştirdik. Buna ek olarak, ürün bağışları ve finansal desteği içeren küresel bir dayanışma programını

hayata geçirdik. Son olarak ise, yeni stratejik çerçevemizin uygulanma sürecini ilk çeyrekte başlattık.” şeklinde konuştu.

Henkel ilk çeyrekte, zorlu bir piyasa ortamında güçlü bir satış performansı ortaya koydu. **Yapıştırıcı Teknolojileri**, büyük ölçüde otomotiv sektöründen gelen talebin kayda değer şekilde azalmasından etkilendi. **Beauty Care** satışları da bir yıllık dönemde azalma gösterdi. Kuaför salonlarının bir çok ülkede zorunlu olarak kapatılmış olmasından dolayı Profesyonel iş birimi önemli ölçüde zarara uğradı. Buna karşılık Markalı Tüketici Ürünleri alanındaki organik satış büyümesi geçen yılın aynı çeyreğine kıyasla aynı seviyede gerçekleşti. Çamaşır deterjanları ve ev temizlik ürünlerine olan güçlü talep sayesinde ise **Çamaşır ve Ev Bakım** oldukça güçlü bir organik satış büyümesi ortaya koydu.

Knobel sözlerine, “Kriz değişim geçirdikçe, biz de uyum sağlamayı ve hızlı ve esnek bir şekilde piyasalardaki değişimlere cevap vermeyi sürdüreceğiz. Kendini adanmış bir biçimde çalışan global ekibimiz, amaca yönelik büyümeye odaklanmış yeni stratejik çerçevemiz ve güçlü bilançomuzla bu zor durumla baş edecek şekilde konumlanmış durumda olduğumuza ve bu krizden daha güçlü bir şekilde çıkacağımıza inanıyorum.” şeklinde devam etti.

## Grup Genelinde Satış Performansı

**Grup genelinde satışlar** 2020'nin ilk çeyreğinde **nominal** olarak yüzde -0,8 oranında azaldı ve 2019'un ilk çeyreğindeki 4,969 milyar Euro'nun ardından, 4,927 milyar Euro olarak gerçekleşti. **Organik** olarak ise (döviz kurlarına ve satın alma ve elden çıkarmalara göre ayarlanmış) satışlar yüzde -0,9 oranında azalma gösterdi. Grup seviyesindeki düşüş fiyat odaklı gerçekleşti ve fiyat ve hacim değişiklikleri iş birimleri arasında farklılık gösterdi. Satın alma ve elden çıkarmaların satışlardaki artışa katkısı yüzde 0,4 oranında oldu. Döviz kurlarının etkileri ise satışları yüzde -0,4 oranında düşürdü.

### Grup genelinde satış performansı<sup>1</sup>

Milyon Euro	Q1/2020
<b>Satışlar</b>	<b>4.927</b>
<b>Geçen yıla kıyasla değişim</b>	<b>%-0,8</b>
Döviz kurları	%-0,4
<b>Döviz kurlarına göre ayarlanmış</b>	<b>%-0,5</b>
Satın alma / elden çıkarmalar	%0,4
<b>Organik</b>	<b>%-0,9</b>
Fiyata göre	%-1,0
Hacme göre	%0,1

<sup>1</sup> 1.000 Euro'luk birimler bazında hesaplanmıştır. Her rakam ticari olarak yuvarlanmıştır. Eklemeler belirtilen toplamlarda sapmalara sebebiyet verebilir.

**Gelişmekte olan piyasalarda** gerçekleşen organik satış büyümesi yüzde 2,2 oranında idi. **Gelişmiş piyasalardaki** satışlarımız ise yüzde -2,8 oranında bir azalma gösterdi. Bir yıllık dönemde, Batı Avrupa bölgesinde organik satışlarda yaşanan değişim yüzde -4,6 oranında idi. Diğer yandan, Doğu Avrupa bölgesindeki satışları yüzde 10,8 oranında artırmayı başardık. Afrika/Orta Doğu bölgesinde 2020'nin ilk çeyreğinde yüzde 6,8 oranında bir organik satış büyümesi gerçekleştirdik.

Kuzey Amerika bölgesinde satışlar organik olarak yüzde -1,4 oranında azalma gösterirken Latin Amerika bölgesinde ise bu değişim -2,0 oranında idi. Asya-Pasifik bölgesinde gerçekleşen organik satış büyümesi de geçen yılın aynı çeyreğine kıyasla yüzde -5,7 oranında bir azalma gösterdi.

### Bölgelere göre satış performansı<sup>1</sup>

Milyon Euro	Batı Avrupa	Doğu Avrupa	Afrika/Orta Doğu	Kuzey Amerika	Latin Amerika	Asya-Pasifik	Kurumsal	Henkel Grup
<b>Satışlar<sup>2</sup>Q1/2020</b>	<b>1.500</b>	<b>758</b>	<b>349</b>	<b>1.302</b>	<b>292</b>	<b>697</b>	<b>29</b>	<b>4.927</b>
Satışlar <sup>2</sup> Q1/2019	1.569	693	335	1.266	320	754	32	4.969
Q1/2019'a kıyasla değişim	%-4,4	%9,3	%4,4	%2,8	%-8,5	%-7,6	-	%-0,8
Organik	%-4,6	%10,8	%6,8	%-1,4	%-2,0	%-5,7	-	%-0,9
<b>Grup genelindeki satışlar içindeki oranı (2020)</b>	<b>%30</b>	<b>%15</b>	<b>%7</b>	<b>%26</b>	<b>%6</b>	<b>%14</b>	<b>%1</b>	<b>%100</b>
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı (2019)	%32	%14	%7	%25	%6	%15	%1	%100

<sup>1</sup> 1.000 Euro'luk birimler bazında hesaplanmıştır. Her rakam ticari olarak yuvarlanmıştır. Eklmeler belirtilen toplamlarda sapmalara sebebiyet verebilir

<sup>2</sup> Şirketin bulunduğu lokasyona göre.

### Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

2020'nin ilk çeyreğinde Yapıştırıcı Teknolojileri iş biriminde satışlar nominal olarak yüzde -4,3 oranında azalarak, geçen yılın aynı çeyreğindeki 2,309 milyar Euro'nun ardından, 2,209 milyar Euro seviyesinde gerçekleşti. Organik olarak ise (döviz kurlarına ve satın alma ve elden çıkarmalara göre ayarlanmış), satışlar hacim odaklı olarak yüzde -4,1 oranında bir azalma gösterdi. COVID-19 salgını sebebiyle endüstriyel üretimde gerçekleşen kayda değer azalma ilk çeyrekteki performansa damga vurdu. Döviz kurlarının etkileri ise satışları yüzde -0,3 oranında düşürdü. Satın alma ve elden çıkarmalar ise satış performansını etkilemedi.

## Yapıştırıcı Teknolojileri satış performansı<sup>1</sup>

Milyon Euro	Q1/2020
<b>Satışlar</b>	<b>2.209</b>
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%45
<b>Geçen yıla kıyasla değişim</b>	<b>%-4,3</b>
Döviz kurları	%-0,3
<b>Döviz kurlarına göre ayarlanmış</b>	<b>%-4,1</b>
Satın alma/elden çıkarmalar	%0,0
<b>Organik</b>	<b>%-4,1</b>
Fiyata göre	%0,0
Hacme göre	%-4,1

<sup>1</sup> 1.000 Euro'luk birimler bazında hesaplanmıştır. Her rakam ticari olarak yuvarlanmıştır. Eklemeler belirtilen toplamlarda sapmalara sebebiyet verebilir.

Her bir iş alanlarında gerçekleşen organik satış değişimleri COVID-19 salgınından farklı ölçülerde etkilendi. **Otomotiv ve Metal** iş alanında satışlar, büyük ölçüde otomotiv sektöründeki üretim durdurma uygulamaları sebebiyle, geçen yılın aynı çeyreğindeki seviyeye kıyasla önemli ölçüde azalma gösterdi. **Elektronik ve Endüstriyel Ürünler** iş alanındaki satışlarda da, havacılık ve genel endüstri sektörlerindeki üretim durdurma uygulamaları sebebiyle ciddi bir azalma gerçekleşti. **Zanaatkarlık, İnşaat ve Profesyonel** iş alanında gerçekleşen genel düşüş ise kısmen inşaat sektörünün ortaya koyduğu sonuçlarla telafi edildi. **Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri** iş alanı ise değişim göstermeyen bir organik satış performansı ortaya koydu.

**Gelişmekte olan piyasalarda** yer alan iş birimleri genel olarak organik satışlarda gerileme gösterdi. Latin Amerika ve Afrika/Orta Doğu bölgelerinin yanı sıra Asya'da yer alan gelişmekte olan piyasalarda (Japonya hariç) satışların bir yıllık dönemde azaldığı görüldü. COVID-19 salgınının özellikle Çin ve Hindistan'da faaliyet gösteren iş birimlerimiz üzerinde olumsuz bir etkisi oldu. Bir diğer yandan Doğu Avrupa bölgesinde satışlar kayda değer şekilde artış gösterdi. Bu büyümeye en çok katkı sağlayanlar Rusya'da faaliyet gösteren Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri ile Zanaatkarlık, İnşaat ve Profesyonel iş alanları oldu.

**Gelişmiş piyasalarda** da negatif bir organik satış değişimi gözlemlendi. Asya-Pasifik bölgesinin gelişmiş piyasalarında pozitif bir büyüme gözlenirken, Kuzey Amerika ve Batı Avrupa bölgelerinde satışlar geçen yılın aynı çeyreğindeki seviyenin altında idi. Bu durumun en önemli sebebi ise Otomotiv ve Metal ile Elektronik ve Endüstriyel Ürünler iş alanlarındaki gelişmelerin yavaşlaması idi. Bu azalma Kuzey Amerika'da kısmen Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri iş alanındaki güçlü büyümenin yanı sıra, Zanaatkarlık, İnşaat ve Profesyonel iş alanında gerçekleşen ciddi ölçüdeki büyüme ile telafi edildi.

## Beauty Care Satış Performansı

Beauty Care iş biriminin 2020'nin ilk çeyreğindeki **satışları**, geçen yılın aynı çeyreğiyle kıyaslandığında **nominal** olarak gerçekleşen yüzde -2,6 oranında bir azalmayla eşdeğer olacak şekilde (2019 ilk çeyrek: 960 milyon Euro), 935 milyon Euro olarak gerçekleşmiştir. **Organik** olarak ise (döviz kurlarına ve satın alma ve elden çıkarmalara göre ayarlanmış), satışlar yüzde -3,9 oranında bir azalma gösterdi. Bu düşüş büyük oranda hacim odaklı gerçekleşti. Döviz kurlarının etkileri ise satışları yüzde -0,9 oranında düşürdü. Satın alma ve elden çıkarmaların satışlardaki değişime katkısı yüzde 2,3 oranında oldu.

### Beauty Care satış performansı<sup>1</sup>

Milyon Euro	Q1/2020
<b>Satışlar</b>	<b>935</b>
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%19
<b>Geçen yıla kıyasla değişim</b>	<b>%-2,6</b>
Döviz kurları	%-0,9
<b>Döviz kurlarına göre ayarlanmış</b>	<b>%-1,7</b>
Satın alma/elden çıkarmalar	%2,3
<b>Organik</b>	<b>%-3,9</b>
Fiyata göre	%-1,0
Hacme göre	%-2,9

<sup>1</sup> 1.000 Euro'luk birimler bazında hesaplanmıştır. Her rakam ticari olarak yuvarlanmıştır. Eklemeler belirtilen toplamlarda sapmalara sebebiyet verebilir.

**Markalı Tüketici Ürünleri** iş alanındaki satışlar bir yıllık dönemde değişiklik göstermezken başta **Dial** markası olmak üzere özellikle Vücut Bakımı kategorisinde iyi bir performans ortaya kondu. Saç Kozmetikleri kategorisinde satışlar genel olarak az miktarda düşerken, Saç Boyaları ile iyi bir organik büyüme gerçekleştirdik. Öte yandan Saç Bakımı ve Saç Şekillendirme ise bir yıllık dönemde düşüş gösterdi.

COVID-19 salgınının **Beauty Care Profesyonel** iş birimimiz üzerinde güçlü bir negatif etkisi oldu. İlk çeyrek boyunca, kuaför salonlarının bir çok ülkede hükümetler tarafından zorunlu olarak kapatılması satışlarda çift haneli yüzde oranlarında bir azalmaya sebep oldu.

COVID-19 salgınından kaynaklanan gerileme aynı zamanda bölgelerde de kendini gösterdi. **Gelişmekte olan piyasalardaki** performans hafif bir oranda negatif olarak gerçekleşti. Asya (Japonya hariç), Latin Amerika ve Afrika/Orta Doğu bölgeleri bir yıllık dönemde düşüş gösterdi. Buna karşın Doğu Avrupa bölgesi, Markalı Tüketici Ürünleri iş birimimizin başarılı performansı sayesinde, güçlü bir organik satış büyümesi yakaladı.

**Gelişmiş piyasalarda** ise satışlar genel olarak azaldı. Batı Avrupa ve Kuzey Amerika bölgeleri bir yıllık dönemde düşüş gösterdi. Kuzey Amerika'daki Markalı Tüketici Ürünleri iş birimi Vücut Bakımı kategorisinde çok güçlü bir büyüme ortaya koydu; ancak bu durum, bu bölgede Kuaför Salonu iş biriminde gözlenen gerilemeyi bütünüyle telafi etmedi. Asya-Pasifik bölgesindeki gelişmiş piyasalarda gözlenen satış performansı geçen yılın aynı çeyreğinin hafif bir oranda altında idi.

## Çamaşır ve Ev Bakım Satış Performansı

Çamaşır ve Ev Bakım iş biriminde **satışlar** 2020'nin ilk çeyreğinde **nominal** olarak yüzde 5,3 oranında artış göstererek, geçen yılın aynı çeyreğindeki 1,667 milyar Euro'nun ardından, 1,755 milyar Euro olarak gerçekleşti. Yüzde 5,5 oranındaki güçlü **organik** satış büyümesi hacim odaklı idi. Döviz kurlarının etkileri satışları yüzde -0,2 oranında düşürdü. Satın alma ve elden çıkarmaların satış performansı üzerinde genel anlamda nötr bir etkisi oldu.

### Çamaşır ve Ev Bakım satış performansı<sup>1</sup>

Milyon Euro	Q1/2020
<b>Satışlar</b>	<b>1.755</b>
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%36
<b>Geçen yıla kıyasla değişim</b>	<b>%5,3</b>
Döviz kurları	%-0,2
<b>Döviz kurlarına göre ayarlanmış</b>	<b>%5,5</b>
Satın alma ve elden çıkarmalar	%0,0
<b>Organik</b>	<b>%5,5</b>
Fiyata göre	%-2,3
Hacme göre	%7,8

<sup>1</sup> 1.000 Euro'luk birimler bazında hesaplanmıştır. Her rakam ticari olarak yuvarlanmıştır. Eklmeler belirtilen toplamlarda sapmalara sebebiyet verebilir.

**Çamaşır Bakımı** iş alanında, büyük ölçüde inovasyona yönelik aktif tutumumuzun bir sonucu olarak satışlarda çift haneli yüzde oranlarında artış sağlayan öncül markamız **Persil** sayesinde, güçlü bir organik satış büyümesi yaşandı. Kuzey Amerika'daki en büyük markamız **all** da benzer şekilde çok güçlü bir performans ortaya koydu. **Ev Bakım** iş alanındaki organik büyüme ise, büyük oranda **Pril**, **Bref** ve **Somat** marka ailelerinde yaşanan çift haneli artışın bir sonucu olarak, aynı şekilde çift haneli yüzde oranlarında gerçekleşti.

**Gelişmekte olan piyasalar**, çift haneli yüzde oranlarında gerçekleşen organik satış artışlarıyla, bu iş biriminde gerçekleşen oldukça güçlü organik satış büyümesinin ana sebebi konumundaydı. Henkel, Afrika/Orta Doğu, Asya (Japonya hariç) ve Doğu Avrupa bölgelerinde çift haneli yüzde oranlarında satış artışları yakaladı. Latin Amerika'da gerçekleşen satış büyümesi de oldukça güçlü idi.

**Gelişmiş piyasalarda** gözlenen organik satış performansı pozitif idi. Batı Avrupa bölgesinde satışlar hafif bir oranda negatif olarak gerçekleşirken, Kuzey Amerika bölgesi pozitif bir satış büyümesi ortaya koydu. Satış performansı, Henkel için önemli bir pazar olan Amerika Birleşik Devletleri'nde özellikle güçlü idi. Asya-Pasifik bölgesinde yer alan gelişmiş piyasalarda yaşanan büyüme ise çift haneli yüzde oranlarında gerçekleşti.

## **Grup'un Net Varlıkları ve Mali Durumu**

31 Aralık 2019 ile kıyaslandığında, incelenen dönemde Grup'a ait net varlıklarda ya da mali durumda kayda değer bir değişiklik gerçekleşmemiştir.

## **Öngörü**

Henkel Yönetim Kurulu, 7 Nisan 2020 tarihinde, 2019 Yıllık Raporu'nda yer verilen 2020 mali yılına ait öngörülerin gerçekleşmesinin artık mümkün olamayacağı kararına varmıştır. Dinamik şekilde seyreden COVID-19 salgını küresel ekonomiyi etkilerken, Henkel'in gelecekteki iş performansı hakkında güvenilir ve gerçekçi bir değerlendirme yapabilmek an itibarıyla mümkün değildir.

Henkel, 2020'nin geri kalanındaki iş performansı konusunda yeterli güvenilirlikte bir değerlendirme yapmak mümkün olur olmaz, bu konudaki öngörülerini paylaşacaktır.

## **Henkel Hakkında**

Henkel, global olarak dengeli ve çeşitlilik gösteren bir portföyle faaliyet göstermektedir. Güçlü markalar, inovasyonlar ve teknolojiler sayesinde şirket, üç iş birimiyle hem endüstriyel hem de tüketici iş birimlerinde lider konumlara sahiptir. Henkel Yapıştırıcı Teknolojileri, yapıştırıcı piyasasında dünya çapında tüm endüstriyel sektörlerde global bir liderdir. Henkel'in Çamaşır ve Ev Bakım ile Beauty Care İş Birimlerinde, dünya genelinde pek çok piyasa ve kategoride liderliği bulunmaktadır. 1876 yılında kurulan Henkel, 140 yılı aşkın süredir başarısını sürdürmektedir. 2019 yılında Henkel, yaklaşık 20 milyar Euro satış ve 3,2 milyar Euro faaliyet kârı bildirmiştir. Henkel dünya çapında güçlü şirket kültürü ile bir araya gelmiş, tutkulu, birbirinden farklı olan ancak aynı değerleri paylaşarak, sürdürülebilir değerler yaratmak için çalışan yaklaşık 52.000 kişiyi istihdam etmektedir. Sürdürülebilirlik konusunda tanınmış bir lider olarak Henkel, birçok uluslararası endeks ve sıralamada en üst sıralarda yer almaktadır. Henkel'in imtiyazlı hisse senetleri, Almanya DAX borsa endeksine kayıtlıdır. Daha fazla bilgi için lütfen [www.henkel.com](http://www.henkel.com)'u ziyaret ediniz.