6. avgust, 2020.

Henkel je objavil rezultate za prvo in drugo četrtletje 2020

Henkel je dosegel trden skupni poslovni izid kljub pomembnim vplivom pandemije COVID-19

* **Osredotočenost na zagotavljanju zdravstvene varnosti, preskrbi kupcev in podpori skupnostim**
* **Polletna prodaja skupine je dosgla 9.485 milijonov EUR, nominalno: -6,0%, organsko :-5,2%**
* **Operativni dobiček znaša 1.191 milijonov EUR, -27,5%**
* **EBIT marža\* znaša 12,6%, -370 bazičnih točk**
* **Zaslužek po prioritetni delnici (EPS)\*: -29,2% na 1,96 EUR,
-28,2% pri stalnih tečajih**
* **Prosti denarni tok znaša 938 milijonov EUR, izboljšani neto finančni položaj**
* **Brez nove letne napovedi za leto 2020. zaradi aktualne negotovosti na trgu**
* **Uresničitev nove agende za smisleno rast v skladu s cilji**

 **Düsseldorf –** **„V prvi polovici leta 2020. je Henkel pomembno prizadela močna globalna gospodarska stagnacija in strmo upadanje povpraševanja znotraj številnih industrij. Med to globalno krizo, brez primerjave, smo si za glavne cilje zastavili zaščito zaposlenih, preskrbo kupcev in podporo skupnostim. Po zaslugi izjemnega ekipnega duha in predanosti naših ljudi po vsem svetu, mi smo te cilje dosegli v prvi polovici leta 2020. Širina našega portfelja na področju potrošniškega in industrijskega poslovanja nam je pomagala uravnotežiti vpliv krize na skupno prodajo in prihodke: V prvih šestih mesecih leta 2020 smo dosegli približno 9,5 milijarde EUR prodaje, dobiček iz poslovanja v višini 1,2 milijarde EUR in EBIT maržo 12,6%. Delničarjem smo izplačali polno dividendo za leto 2019 in uspeli smo generirati zelo močan prosti denarni tok in še izboljšati svoj neto finančni položaj. Med krizo nismo krajšali delovnega časa, niti zaprosili za državno pomoč ali zmanjšali število zaposlenih v času pandemije. Skratka, dosegli smo trden skupni poslovni rezultat v izjemno težkem okolju, "je dejal izvršni direktor Henkel Carsten Knobel.**

\* Korigovano za jednokratne troškove i prihod i troškove restrukturiranja.

**Henkel je v prvi polovici leta 2020 dosegel 9.485 milijonov EUR od prodaje. To predstavlja nominalno upadanje za -6.0% in organsko za -5.2%. V prvih šestih mesecih leta 2020 je Henkel ustvaril prilagojeni dobiček iz poslovanja v višini 1,191 milijona EUR, kar je -27,5% manj kot v istem obdobju lani. Prilagojena EBIT marža je znašala 12,6%, kar je -370 bazičnih točk manj kot v istem obdobju lani.**

**V prvih šestih mesecih so se Adhezivi Tehnologije v glavnem soočale s pomembnim upadom povpraševanja odjemalskih panog. Na rezultate sektorja Beauty Care najbolj vplivajo negativni rezultati izdelkov za frizerske salone, kar je posledica zaprtja salonov v večini držav. Laundry & Home Care je pokazala močan razvoj, k čemur je pripomogel skok povpraševanja po čistilnih izdelkih.**

**"Zaradi trenutnih negotovosti še vedno ne moremo zagotoviti nove in zanesljive napovedi za celo leto," je dejal Carsten Knobel.**

**"Med obvladovanjem te krize, smo še naprej v celoti zavezani našim ambicioznim načrtom rasti za prihodnja leta. Prve pobude smo sprožili v skladu z našim novim strateškim okvirom in si bomo še naprej dejavno prizadevali za izvajanje naših načrtov za smiselno rast."**

**Prodajni rezultati i prihodki skupine v prvi polovici leta 2020**

Z 9.485 milijonov EUR je bil **prodajni rezultat** skupine Henkel v prvi polovici leta 2020 za -6,0% nižji od lanskega (v drugem četrtlegju: 4,558 milijona EUR; -11,0%). **Organska** prodaja, ki ne upošteva deviznih vplivov in prevzemov /prodaje, kaže negativno rast v višini -5,2% (2. četrtletje: -9,4%). Prispevek od nakupov in prodaj je znašal 0,3% (2. četrtletje: 0,2%). Tečajni učinki so na prodajo negativno vplivali -1,1% (Q2: -1,9%). **Prilagojeni dobiček iz poslovanja (prilagojeni EBIT**) se je zmanjšal za -27,5%, z 1,641 milijona EUR v prvi polovici lanskega leta na 1,191 milijona EUR v letu 2020. **Prilagojeni donos od prodaje (prilagojena EBIT marža**) je v prvih šestih mesecih dosegel 12,6 %, -3,7% manj kot lani. **Prilagojeni dobiček na prednostno delnico** se je zmanjšal za -29,2%, z 2,77 EUR v prvi polovici leta 2019 na 1,96 EUR. Pri stalnih tečajih se je prilagojeni dobiček na prednostno delnico zmanjšal za -28,2%. **Neto obratni kapital** se je še izboljšal in je dosegel 4,4% prodaje, kar je občutno manj kot v lanskem obdobju (6,7%).

**Prosti denarni tok** je ostal zelo močen in je v prvi polovici leta 2020 dosegel 938 milijonov EUR (prva polovica leta 2019: 990 milijonov EUR). **Čisti finančni položaj** skupine Henkel je 30. junija 2020 dosegel -1,951 milijona EUR (31. decembra 2019: -2,047 milijona EUR) - kljub izplačilu dividend v višini približno 800 milijonov EUR v drugem četrtletju.

**Načrt smotrne rasti: Izvajanje novega strateškega okvira**

V začetku marca 2020 je Henkel predstavil načrt rasti podjetja za prihodnja leta. Henkel je razvil jasen strateški okvir. Ta vsebuje: zmagovalni portfelj, konkurenčnost, zlasti na področju inovacij, trajnosti, digitalizacije, operativni model pripravljenosti za prihodnost in močna korporativna kultura. "Ta strateški okvir nam bo pomagal zmagati v tretjem desetletju tega stoletja, za Henkel z jasnim poudarkom na smotrni rasti," pojasnjuje Carsten Knobel. "Od napovedi v marcu smo že dosegli napredek pri zagonu prvih postopkov in izvajanju ukrepov."

Ključni element prihodnje usmeritve skupine Henkel je **aktivno upravljanje portfelja**. Henkel je opredelil blagovne znamke in kategorije s skupnim obsegom prodaje v višini več kot milijardo evrov, predvsem v potrošniškem pslovanju, od katerih je približno 50% določeno za prodajo ali ustavitev do konca leta 2021.

Henkel si prizadeva za pospešitev pomembnih **inovacij**, podprtih s povečanimi naložbami. To vključuje **napredni pristop** k inovacijam. Inovacije in blagovne znamke podpirajo nenehne naložbe v ključne kategorije in regije. Zato se Henkel zavezuje k **nadaljnjemu povečanju naložb** v oglaševanje, digitalizacijo in IT. V prvih šestih mesecih letošnjega leta je Henkel kljub makroekonomskim izzivom povečal te naložbe za višji dvomestni milijonski znesek.

**Trajnost** je ena izmed prednosti podjetja Henkel. Ta družba je vodilna, kar nenehno potrjujejo z ocenami in uvrstitvami. Zato si Henkel prizadeva, da bi še naprej okrepil svoj vodilni položaj na področju trajnosti kot očitno konkurenčno prednost. Za nadaljnje pospeševanje svojih prizadevanj je Henkel določil naslednje mejnike in jasne cilje. Med elementi je tudi ta, da se do leta 2040 vzpostavimo kot podnebno pozitivno podjetje.

Henkel je kot prva družba na svetu prvi izdal obveznico za zmanjšanje plastičnih odpadkov junija 2020. S tem je Henkel storil še en korak v združevanju privlačnih finančnih instrumentov podjetij z napredkom na področju trajnosti. Izkupiček te obveznice v skupni vrednosti približno 100 milijonov EUR bo posebej namenjen projektom in stroškom, povezanim z Henkelovimi dejavnostmi za zmanjšanje plastičnih odpadkov. Henklova zaveza izpostavlja naravnanost družbe k spodbujanju krožnega gospodarstva in zmanjševanju plastičnih odpadkov ter trajnostnemu financiranju.

Henkel je razširil tudi orodje za oblikovanje recikliranja EasyD4R, ki omogoča hitro in zanesljivo oceno možnosti recikliranja embalaže zgodaj v razvojnem procesu. Programska oprema, ki je bila na voljo drugim podjetjem in organizacijam, zdaj zajema ne samo različne vrste plastične embalaže, temveč tudi materiale, kot so papir, steklo ali aluminij.

Poleg inovacij in trajnosti je Henkel tudi **digitalizacijo** opredelil kot ključni način za krepitev svoje konkurenčnosti. V prvi polovici leta je Henkel zabeležil močno rast digitalne prodaje v višini več kot 60% v sektorjih lBeauty Care i Laundry & Home Care. Za skupino se digitalni delež v skupni prodaji giblje med 13% in 19%. S svojo novo enoto Digital Business želi Henkel postati vodilni na področju digitalnega poslovanja v svojih panogah in ustvariti oprijemljivo vrednost za svoje stranke. Zato je Henkel konec junija predstavil nov operacijski model za svoje digitalne in informacijske dejavnosti ter združil IT ekipe, strokovnjake za digitalne poslovne prostore, lastnike poslovnih procesov in platformo HenkelX Ventures, ki jo je vodil Henkelov direktor za digitalno in informacijsko tehnologijo.

Izpopolnjeni hitri in za prihodnost pripravljeni **poslovni procesi** so še en bistveni element Henklovega strateškega okvira. Podjetje redno pregleduje svoje poslovne procese in strukture ter ocenjuje, ali so izpopolnjeni, hitri in enostavni ter jih prilagaja spreminjajočemu se dogajanju na trgu in trendom. Razviti bodo tudi novi poslovni modeli s poudarkom na ohranjanju bližine do kupcev in potrošnikov.

Nadaljnji razvoj korporativne kulture skupine Henkel in pospešitev **kulturne preobrazbe** sta druga elementa, ki sta ključnega pomena za premik podjetja naprej. Cilj je gojiti kulturo sodelovanja z okrepljenimi ljudmi in z odgovornostjo vodstva podjetja v središču. Za Henkel je ključnega pomena, da zaposleni nenehno razvijajo svoje poklicne in osebne veščine. V prvi polovici leta 2020 je zato podjetje izvajalo posebej zasnovane projekte usposabljanja in izpopolnjevanja, na primer na področju vodilne vloge v digitalizaciji in inovacijah. Trenutna korona kriza je dokazala tudi močno korporacijsko kulturo družbe Henkel Group ter odpornost in zavzetost zaposlenih po vsem svetu.

**Ukrepi za reševanje pandemije virusa COVID-19**

Pandemija virusa COVID-19 je prizadela vsa področja življenja in pomembno vplivala na svetovno gospodarstvo. Med to krizo sta bili zdravje in varnost zaposlenih, strank in poslovnih partnerjev glavni prioriteti Henkla. Podjetje je v začetni fazi uvedlo široko paleto zaščitnih ukrepov. Hkrati se je Henkel zelo trudil nadaljevati svoje poslovne dejavnosti in služiti strankam in potrošnikom po vsem svetu. Henkel je sprožil tudi svetovni solidarnostni program, ki vključuje finančne donacije, na primer Solidarnostni sklad Svetovne zdravstvene organizacije (WHO) za COVID-19 in Fundacijo Združenih narodov (ZN) in za druge izbrane organizacije po vsem svetu. Poleg tega je Henkel podaril več kot 5 milijonov izdelkov za osebno in gospodinjsko higieno in je na svojih lokacijah proizvajal razkužila. Na globalnem planu je Henkel jproizvedel in podaril več kot 111.000 litrov razkužil zdravstvenim sistemom in bolnišnicam. Do danes je Henkel podprl več kot 500 projektov, povezanih s korona virusom, v več kot 40 državah po vsem svetu in tako pomagal skoraj 5 milijonom ljudi, ki so pomoč potrebovali med pandemijo.

"Ko se bo kriza razvijala, se bomo morali nenehno prilagajati. Na motnje na trgu se bomo odzivali prožno in hitro. Pri tem bomo aktivno oblikovali spremembe in premikali meje," je povzel Carsten Knobel. "Prepričan sem, da smo z našo predano svetovno ekipo, z novim strateškim okvirom s poudarkom na smotrni rasti, naši močni bilanci stanja in finančni prilagodljivosti, pa tudi zmožnosti ustvarjanja močnih denarnih tokov, primerni za soočanje s to težko situacijo in da bomo iz krize izšli močnejši. "

To obvestilo vsebuje predhodne izjave, ki temeljijo na trenutnih ocenah in predpostavkah, ki jih je oblikovalo korporativno poslovodstvo Henkel AG & Co. KGaA. Za izjave, ki se nanašajo na prihodnost, so značilne besede, kot so "pričakovati", "nameravati", "načrtovati", "verjeti", "oceniti" in podobni izrazi. Takšnih izjav nikakor ne smemo razlagati kot zagotovilo, da se bodo ta pričakovanja izkazala za pravilna. Prihodnji uspeh in rezultati, ki jih bodo dejansko dosegli Henkel AG & Co. KGaA in pridružene družbe so odvisne od številnih tveganj in negotovosti, zato se lahko bistveno razlikujejo od predhodnih izajv. Številni dejavniki niso pod nadzorom Henkela, zato jih ni mogoče natančno oceniti, kot so prihodnje gospodarsko okolje in ukrepi konkurentov in drugih, ki sodelujejo na trgu. Henkel ne načrtuje in se ne zavezuje, da bo posodabljal kakršne koli predhodne izjave.

Ta dokument vključuje - znotraj veljavnega okvira finančnega poročanja, ki ni jasno opredeljen - dodatne finančne ukrepe, ki so a ni nujno da bi bile alternativni uspešni ukrepi (ukrepi, ki niso GAAP). Na te dodatne finančne ukrepe ne bi smeli gledati osamljeno ali kot alternativo ukrepom Henklovega čistega premoženja in finančnega položaja ali rezultatov poslovanja, predstavljenih v skladu z veljavnim okvirom finančnega poročanja v konsolidiranih računovodskih izkazih. Druga podjetja, ki poročajo ali opisujejo alternativne ukrepe za uspeh s podobnimi imeni, jih lahko štejejo drugače.

Ta dokument je izdan samo v informativne namene in ni namenjen svetovanju za naložbe ali ponudbo za prodajo ali povabilo k oddaji ponudbe za nakup kakršnihkoli vrednostnih papirjev.