2020. augusztus 6.

A Henkel 2020 első félévi és második negyedévi beszámolója

A Henkel erőteljes általános üzleti teljesítményt nyújtott   
a COVID-19 világjárvány jelentős hatása ellenére

* **Fókuszban a munkavállalók biztonságának, az ügyfelek ellátásának biztosítása**   
  **és a közösségek támogatása**
* **A csoport féléves árbevétele eléri a 9 485 millió eurót, névleges: -6,0%, szerves: -5,2%**
* **Működési eredmény\* 1.191 millió eurónál, -27,5%**
* **EBIT marzs\* 12,6%-on, -370 bázispont**
* **Elsőbbségi részvények korrigált hozama (EPS)\*: -29,2%-ról 1,96 euróra,**   
  **-28,2% állandó árfolyamon**
* **A szabad cash flow 938 millió euró volt, a nettó pénzügyi helyzet javult**
* **2020-ra a folyamatos piaci bizonytalanságok miatt nincs új, teljes évre vonatkozó kilátás**
* **A célzott növekedés új menetrendjének végrehajtása a megfelelő mederben halad**

**„2020 első felében a Henkelre jelentős hatást gyakorolt a jelentős globális gazdasági visszaesés és a kereslet sok iparágban tapasztalható hirtelen csökkenése. Ebben a példátlan globális válságban a munkavállalók védelmére, az ügyfelek ellátására, az üzletmenet folytonosságának biztosítására és a közösségek támogatására összpontosítunk. Az egész világon élő munkatársaink kiemelkedő csapatszellemének és elkötelezettségének köszönhetően ezt 2020 első felében sikerült elérnünk. A fogyasztói és ipari üzleti területeken a széles portfoliónk segített ellensúlyozni a válság általános értékesítési és bevételi teljesítményünkre gyakorolt hatását: 2020 első hat hónapjában mintegy 9,5 milliárd euró árbevételt, 1,2 milliárd euró üzleti eredményt és 12,6 százalékos EBIT-marzsot értünk el.**

\* Az egyszeri költségekkel és bevétellel, valamint a szerkezetátalakítási költségekkel kiigazítva.

**A 2019-es esztendőre teljes osztalékot fizettünk a részvényeseknek, és nagyon erős szabad cash flow-t tudtunk generálni, valamint tovább javítani nettó pénzügyi helyzetünket.   
A válság ideje alatt nem vezettünk be rövidített munkaidőt, nem kértünk állami támogatást és nem csökkentettük munkaerő állományunkat a világjárvány miatt. Összefoglalva: rendkívül nagy kihívásokkal teli környezetben erőteljes összteljesítményt értünk el” – mondta Carsten Knobel, a Henkel igazgatóságának elnöke.**

**A Henkel árbevétele 9.485 millió euró volt 2020 első felében. Ez -6,0% csökkenés nominálisan és -5,2% szerves értelemben az előző év első feléhez képest. A Henkel által elért, korrigált üzemi eredmény 1.191 millió euró volt 2020 első hat hónapjában, -27,5 százalékkal alacsonyabb az előző évinél. A korrigált EBIT-marzs 12,6 százalék volt, -370 bázisponttal alacsonyabb, mint az előző évi időszakban.**

**Az első hat hónap során az Adhesive Technologies-t elsősorban a kulcsfontosságú vevői iparágak jelentősen csökkenő igénye befolyásolta. A Beauty Care teljesítményét elsősorban a jelentősen negatív Fodrász Szalon üzlet befolyásolta, amelyet a szalonok számos országban végrehajtott kényszerű bezárása okozott. A Laundry & Home Care rendkívül erős fejlődést mutatott, amelyet a tisztítószerek iránti kereslet növekedése is támogatott.**

**„Ugyanakkor – tekintettel a folyamatos bizonytalanságokra – ebben az időpontban nem tudunk új és megbízható kilátásokat felvázolni a teljes évre" – tette hozzá Carsten Knobel.**

**„A jelenlegi válság kezelésével teljes mértékben továbbra is elkötelezettek vagyunk az elkövetkező évekre vonatkozó, ambiciózus növekedést célzó cselekvési tervünk mellett. Az első kezdeményezéseket az új stratégiai keretünkkel összhangban indítottuk el, és továbbra is aktívan mozdítjuk elő a cselekvési tervünk célzott növekedés érdekében történő végrehajtását.”**

**A csoport értékesítési és bevételi teljesítménye 2020 első felében**

A Henkel-csoport **árbevétele** 9 485 millió euró mellett 2020 első felében -6,0 százalékkal volt alacsonyabb az előző év azonos időszakához képest (2. negyedév: 4.558 millió euró; -11,0%).  
Az árfolyamhatások és a felvásárlások/elidegenítések hatásainak kiszűrése utáni **szerves** árbevétel negatív, -5,2 %-os tendenciát mutatott (2. negyedév: -9,4%). Az akvizíciókból és elidegenítésekből származó hozzájárulások mértéke 0,3% volt (2. negyedév: 0,2 százalék).   
A devizahatások -1,1 százalékkal csökkentették az árbevételt.

A **feltörekvő piacok** -2,6% szerves értékesítés-csökkenést mutattak (2. negyedév: -7,1%). Szerves árbevétel az **érett piacokon** -6,9 százalékkal csökkent (2. negyedév: -10,9%).

Az első félévben szerves árbevétel **Nyugat-Európában** -8,0 százalékkal csökkent  
(2. negyedév: -11,6%). **Kelet-Európában** 3,1 százalékos szerves növekedés volt (2. negyedév:   
-3,8 százalék). **Afrikában/a Közel-Keleten** az árbevétel szerves növekedése 4,2% volt (2. negyedév: 1,4 százalék). **Észak-Amerikában** a szerves árbevétel -6,4%-kal csökkent   
(2. negyedév: -10,9%). **Latin-Amerikában** a szerves árbevétel -11,4%-kal csökkent (2. negyedév: -20,1%). Az **ázsiai-csendes-óceáni térségben** az árbevétel szervesen -6,4 százalékkal csökkent (2. negyedév: -7,2%)

A **korrigált üzemi eredmény (korrigált EBIT)** -27,5 százalékkal csökkent, az előző év első félévi 1641 millió euróról 2020-ban 1191 millió euróra.

A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés (korrigált EBIT-marzs)** 12,6 százalék volt az első hat hónapban, -3,7 százalékponttal alacsonyabb az előző évinél.

Az **elsőbbségi részvények korrigált hozama** -29,2 százalékkal csökkent a 2019 első félévi 2,77 euróról 1,96 euróra. Állandó átváltási árfolyam mellett az egy elsőbbségi részvényre jutó korrigált eredmény -28,2 százalékkal csökkent.

A **nettó forgótőke** tovább javult az értékesítés 4,4%-áig, lényegesen az előző év azonos időszaka alatt (6,7 százalék).

A **szabad cash flow** továbbra is nagyon erős, elérve a 938 millió eurót 2020 első felében (2019 első fele: 990 millió euró).

2020. június 30-án a Henkel **nettó pénzügyi helyzete** -1.951 millió euróra javult (2019. december 31.: -2.047 millió euró) – annak ellenére, hogy a második negyedévben kb. 800 millió eurós osztalékot fizettek ki.

**Üzletágak teljesítménye 2020 első felében**

2020 első felében az **Adhesive Technologies** üzletágban nominálisan az **árbevétel**   
-12,2 százalékkal alacsonyabb az előző évi szintnél, elérve a 4153 millió eurót (2. negyedév: 1944 millió euró, -19,7 százalék). **Szervesen** az árbevétel -10,9%-kal csökkent (2. negyedév: -17,4 százalék). Az első félévben, különösen a második negyedévben bekövetkezett fejleményeket az ipari és gépjárműgyártás jelentős csökkenése befolyásolta a COVID-19 világjárvány következtében. A **korrigált üzemi eredmény** 36,6 %-kal csökkent és elérte az 543 millió eurót. A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés** 13,1 százalék volt, ami alacsonyabb, mint 2019 első felében. A fedezet csökkenését elsősorban a világjárvány eredményeként jelentősen alacsonyabb árbevétel volumen okozta.

A **Beauty Care** üzletágban az **árbevétel** 2020 első felében -8,5 százalékos (2. negyedév: -12,8 százalék) szerves csökkenést mutatott. Nominálisan az árbevétel -7,4 százalékkal alacsonyabb volt az előző évi szintnél, elérve 1818 millió eurót (második negyedév: 883 millió euró; -11,9%). A COVID-19 világjárvány Fodrász Szalon üzletre gyakorolt hatása erősen negatív volt. A **korrigált üzemi eredmény** elérte a 172 millió eurót, és -35,4 százalékkal maradt el a 2019. első félévi szintjétől. A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés** negatív változást mutatott és 9,4 százalékot ért el, különösen a Fodrász Szalon üzlet csökkenő árbevétele miatt.

A **Laundry & Home Care** üzletág 4,9%-os **szerves árbevétel**-növekedést ért el 2020 első felében (2. negyedév: 4,4 százalék). A nominális árbevétel 3,8%-os növekedést mutatott és elérte a 3460 millió eurót (2. negyedév: 1705 millió euró, 2,3 százalék). A **korrigált üzemi eredmény** 531 millió eurós értéke -6,0 százalékkal alulmúlta az előző év azonos időszakának értékét.   
A 15,3%-os, **korrigált árbevétel-arányos megtérülés** 2019 első felének szintjénél alacsonyabb volt, főként a marketingbe és reklámba, valamint a digitális és az informatikai eszközökbe eszközölt nagyobb beruházások miatt.

**Céltudatos növekedésre irányuló cselekvési terv: Új stratégiai keret végrehajtása**

2020. március elején a Henkel bemutatta a vállalat növekedési cselekvési tervét a következő évekre. A Henkel egyértelmű stratégiai keretet dolgozott ki. Ez magában foglalja: a nyertes portfóliót, versenyképességet, különösen az innováció, a fenntarthatóság, a digitalizáció, a jövőre kész működési modell, valamint az erős vállalati kultúra területén. „Ez a stratégiai keret segít nekünk abban, hogy a Henkel nyertes pozícióban legyen a 20-as években, egyértelműen a célzott növekedésre összpontosítva. A márciusi bejelentés óta már előrelépéseket tettünk az első intézkedések bevezetésében és végrehajtásában" – fejtette ki Carsten Knobel.

A Henkel jövőbeli irányának kulcseleme az **aktív portfóliókezelés.** A Henkel olyan márkákat és kategóriákat azonosított, amelyek teljes értékesítési volumene meghaladja az egymilliárd eurót, elsősorban a fogyasztói üzletágakban, amelyeknek mintegy 50%-át 2021 végéig értékesítik vagy megszüntetik. A jelenlegi piaci bizonytalanságok ellenére a Henkel megerősítette a bejelentett határidőn belül végrehajtandó portfólió intézkedéseket. Az idei esztendő során a Henkel már megszüntetett üzleti tevékenységeket és elidegenítési szerződéseket írt alá mintegy 80 millió euró árbevételt kivető teljes volumenben, főleg az Adhesive Technologies üzletágban.

Az aktív portfóliókezelés mellett a felvásárlások a Henkel stratégiájának szerves részét képezik. A közelmúltban a Henkel két tranzakciót írt alá, körülbelül 500 millió eurós együttes vételárral. A Beauty Care üzletágban a Henkel kiterjeszti digitális közvetlen fogyasztói (D2C) tevékenységét azáltal, hogy megszerzi a többségi részesedést egy olyan vállalatban, amely három gyorsan növekvő prémium szépségápolási márkát foglal magában. Az Adhesive Technologies üzletágban a Henkel bővíti pozícióját a ragasztók és tömítőanyagok terén az észak-amerikai fogyasztók és mesteremberek (szakemberek) számára egy vonzó fogyasztói tömítőanyag-portfólió megvásárlásával, amelyet a GE márkanév alatt forgalmaznak\*. A megvásárolt üzlet számos szilikon tömítőanyagot tartalmaz, különféle alkalmazásokhoz.

Annak érdekében, hogy tovább erősítse **versenyképességét**, a Henkel a hatásos **innovációk** felgyorsítására, a **fenntarthatóság,** mint megkülönböztető tényező fellendítésére fog összpontosítani, és a **digitalizációt** az ügyfelek és fogyasztók számára értékteremtő tényezővé alakítja át.

A Henkel célja a hatékony **innovációk** felgyorsítása, amelyet a megnövekedett beruházások támogatnak. Ez magában foglalja a fokozott **innovációs megközelítést**. Az innovációkat és a márkákat az alapkategóriákba és régiókba eszközölt következetes beruházások támogatják. Ezért a Henkel elkötelezett amellett, hogy **tovább fokozza a növekedésbe történő beruházásokat** a reklám, a digitalizáció és az informatika területén. Az év első hat hónapjában, a makrogazdasági kihívások ellenére, a Henkel nagy, kétszámjegyű millió eurós összeggel növelte ezeket a beruházásokat.

Az Adhesive Technologies üzletágban a Henkel folytatta beruházásait a legkorszerűbb innovációs központba, Düsseldorfban. Fogyasztói üzletágaiban a Henkel rövid idő alatt felgyorsította a kiegészítő higiéniai portfóliót és az új kézfertőtlenítőszerek és tisztítószerek gyártási kapacitásait a különböző régiókban.

A Henkel versenyképességi stratégiájának kulcsfontosságú pillére a hatásos innovációk révén elért piaci megkülönböztethetőség. Az Adhesive Technologies üzletágban a Henkel tömítő és impregnáló technológiai megoldásokat tartalmazó, széleskörű ipari portfólióját arra használta, hogy új termékcsaládot indítson a csúcsminőségű okostelefonok vízállóságának növelésére.   
Ez a világ egyik legnagyobb okostelefon márkájával történő együttműködés. A Beauty Care elindította az új, Simply Color Schwarzkopf márkát, amelynek alapját a hajszínezés „technológiai” hangsúlyú kategóriájának természetes trendjei képezik. A Laundry & Home Care üzletág tovább folytatta a Persil 4az1-ben kapszulák bevezetését. A Persil Discs a Persil márkanév alatt az árbevétel majdnem 10%-át teszi ki.

A **fenntarthatóság** a Henkel egyik legnagyobb erőssége. A vállalat vezető szerepet tölt be, amelyet rendszeresen megerősítenek a besorolásokban és minősítésekben. Ezért a Henkel célja, hogy egyértelmű versenyelőnyként tovább erősítse vezető pozícióját a fenntarthatóság terén. Erőfeszítései további felgyorsítása érdekében a Henkel meghatározta a következő mérföldköveket és konkrét célokat. Az egyik elem az, hogy 2040-ig klíma-pozitív vállalattá váljon.

\*A GE a General Electric Company védjegye, licenc alatt felhasználva

A Henkel, világszerte első vállalatként, 2020 júniusában műanyag hulladékcsökkentési kötvényt bocsátott ki. Ezzel a Henkel újabb lépést tett a vonzó vállalati pénzügyi eszközök és a fenntarthatóság terén elért haladás ötvözésében. A kötvényből származó, körülbelül 100 millió eurós összbevételt kifejezetten a Henkel műanyaghulladék-csökkentési tevékenységeivel kapcsolatos projektekre és kiadásokra fordítják. A kötvény hangsúlyozza a Henkel elkötelezettségét a körkörös gazdaság [előmozdítása és a műanyag hulladék csökkentése](https://www.henkel.com/spotlight/features/driving-progress-toward-a-circular-economy), valamint a fenntartható pénzügyek mellett.

A Henkel tovább fejlesztette az „EasyD4R” szoftver eszközét, amely lehetővé teszi a csomagolás újrahasznosíthatóságának gyors és megbízható kiértékelését a fejlesztési folyamat korai szakaszában. A szoftver, amelye más cégek és szervezetek számára is elérhető, ma már nemcsak a különféle műanyag csomagolásokra terjed ki, hanem más anyagokra is, mint például a papír, üveg vagy alumínium.

A Henkel által a fenntarthatóság terén elért haladás visszatükröződik a fogyasztóknak és az ipari vevőknek szánt termékekben is. Például, a Laundry & Home Care üzletágban a Pro Nature termékcsaládot kibővítették a Somat és a Bref Pro Nature forgalomba hozatalával. Időközben a Pro Nature termékek 30 országban érhetők el, és akár 99,9%-ban természetes összetevőket tartalmaznak, valamint csomagolásukhoz akár 100%-ban újrahasznosított műanyagot használnak. A Beauty Care szilárd formában sampont, test- és arcápolási termékeket hozott forgalomba Nature Box és N.A.E márkanéven – műanyag csomagolás nélkül. A Loctite Liofol segítségével az Adhesive Technologies tanúsított újrahasznosítható, melegen és hidegen is tömítő bevonatot hozott forgalomba, amely lehetővé teszi a polietilén kiváltását papírral, amely sokféle élelmiszeripari és nem élelmiszeripari csomagoláshoz alkalmas.

Az innováció és a fenntarthatóság mellett a Henkel a **digitalizációt** kulcsfontosságú eszközként határozta meg versenyképességének megerősítésében. Az első félévben a Henkel digitális árbevétele erőteljesen, összesen több mint 60%-kal növekedett a Beauty Care, valamint a Laundry & Home Care üzletágakban. A csoport számára a digitális részesedés a teljes árbevételben megközelíti az egyjegyű számok közepének megfelelő százalékos tartományt. Az új, „Digitális Üzletággal” a Henkel az iparágain belül digitális üzletági vezetővé kíván válni, kézzelfogható értéket teremtve ügyfelei számára. Ezért június végén a Henkel bevezette a digitális és informatikai tevékenységeinek új működési modelljét, és összevonta az informatikai csapatokat, a digitális üzleti szakértőket, az üzleti folyamatok tulajdonosait és a HenkelX Ventures-t, a Henkel digitális és információs vezetője (CDIO) vezetésével.

A karcsú, gyors és a jövőre kész **üzleti folyamatok** a Henkel stratégiai keretének további, fontos elemei. A társaság rendszeresen felülvizsgálja üzleti folyamatait és struktúráit, felmérve, hogy ezek a lean-elveknek megfeleljenek, gyorsak és egyszerűek legyenek, és hozzáigazítja azokat a változó piaci fejleményekhez és trendekhez. Ezen felül új üzleti modelleket fognak kidolgozni, amelyek középpontjában az ügyfelek és a fogyasztók közelségének biztosítása áll. A Henkel sikeresen bevezette az új működési modelleket az Adhesive Technologies üzletágában és a beszerzés területén. A Laundry & Home Care és Beauty Care üzletágakban a regionális fókusz, illetve az ügyfelek és a fogyasztók közelségének fokozására szolgáló szervezeti változások jó úton haladnak.

A Henkel vállalati kultúrájának továbbfejlesztése és a **kulturális átalakulás** felgyorsítása további kulcsfontosságú elemei a társaság jövőbeli útjának. Az a törekvés, hogy előmozdítsák az együttműködés kultúráját a meghatározó szerepet betöltő személyekkel és a vállalatvezetés központi kötelezettségvállalásaival. A Henkel számára kulcsfontosságú, hogy a munkatársak folyamatosan fejlesszék szakmai és személyes képességeiket. A társaság ezért 2020 első felében kifejezetten képzési és továbbképzési projekteket vezetett be, például a vezetés, a digitalizálás és az innováció területén. A jelenlegi koronavírus válság igazolta a Henkel erős vállalati kultúráját, valamint munkatársainak rugalmasságát és elkötelezettségét világszerte.

**Intézkedések a COVID-19 világjárvány ellen**

A COVID-19 világjárvány az élet minden területét érintette, és a világgazdaságot is komolyan sújtotta. Ebben a válságban munkavállalóink, vevőink és üzleti partnereink egészsége és biztonsága a legfontosabb prioritás a Henkel számára. A vállalat a korai szakaszban széles körű védőintézkedéseket vezetett be. Ugyanakkor a Henkel nagy erőfeszítéseket tett üzleti tevékenysége folytatása, valamint az ügyfelek és a fogyasztók kiszolgálása érdekében szerte a világon. Ezenkívül a Henkel globális szolidaritási programot indított, amely pénzügyi adományokat is tartalmaz, például az Egészségügyi Világszervezet (WHO) és az Egyesült Nemzetek Szervezete (ENSZ) Alapítványának a COVID-19 Szolidaritási Reagálási Alapja és világszerte több kiválasztott szervezet részére. Ezenkívül a Henkel több mint 5 millió terméket adományozott személyes és háztartási higiéniára, és fertőtlenítőszereket gyártott a gyáraiban. Globális szinten a Henkel több mint 111 000 liter fertőtlenítőszert készített és adományozott az egészségügyi hatóságok és a kórházak támogatására. Eddig a Henkel közel 500 COVID-19-hez kapcsolódó projektet támogatott világszerte több mint 40 országban, közel 5 millió embert megsegítve.   
  
„A válság alakulásához folyamatosan alkalmazkodnunk kell. Rugalmasan és gyorsan reagálunk a piacokon zajló fennakadásokra. Aktívan alakítjuk a változást és utat nyitunk. Meggyőződésem, hogy elkötelezett globális csapatunkkal, a célzott növekedésre, az erőteljes mérlegünkre és a pénzügyi rugalmasságra, valamint az erős cash flow generálására való képességünkre összpontosító új stratégiai keretünkkel képesek vagyunk kezelni ezt a nehéz helyzetet, és hogy megerősödve kerülünk ki a válságból” – foglalta össze Carsten Knobel.

**A Henkel-ről**

A Henkel cég világszerte kiegyensúlyozott és változatos portfóliót működtet. A társaság – erős márkáinak, innovációinak és technológiai fejlesztéseinek köszönhetően – három üzletágával vezető pozíciót foglal el mind az ipari, mind a fogyasztási cikkek piacán. A Henkel Adhesive Technologies a ragasztószerek piacának vezető nemzetközi cége – a világ valamennyi iparági szegmensében. A Beauty Care és a Laundry & Home Care üzletágaiban a Henkel vezető pozíciót foglal el a világ számos piacán és kategóriájában. Az 1876-ban alapított Henkel cég több mint 140 év sikert tudhat maga mögött. 2019-ben a Henkel cég több mint 20 milliárd euró árbevételről és több mint 3,2 milliárd euró összegű korrigált üzemi eredményről számolhatott be. A Henkel világszerte 52.000 embert foglalkoztat - egy lelkes és sokszínű csapatot, amelyet az erős vállalati kultúra, a fenntartható értékek létrehozásának közös célja, valamint az azonos értékek egyesítenek. Mint a fenntarthatóság elismert vezetője, a Henkel cég számos nemzetközi mutatóban és rangsorban vezető pozíciót foglal el. A Henkel cég elsőbbségi részvényeit a német DAX tőzsdeindexben jegyzik. Bővebb információkért kérjük, keressék fel a [www.henkel.com](http://www.henkel.com) weboldalt.

Ez az információ előretekintő megállapításokat tartalmaz, amelyek a Henkel AG & Co. KGaA vállalatvezetésének jelenlegi becslésein és feltételezésein alapulnak. A jövőre vonatkozó állításokat olyan szavak használata jellemzi, mint a „várnak”, „szándékoznak”, „terveznek”, „várakozás”, „hinni”, „becsülni” és hasonló kifejezések. Az ilyen állítások semmiképpen sem értelmezendők úgy, hogy azok garanciát jelentenének az általuk kifejezett várakozások pontos teljesülésére. A Henkel AG & Co. KGaA és leányvállalatainak jövőbeni teljesítménye és ténylegesen elért eredményei számos kockázattól és bizonytalanságtól függenek, és ezért lényegesen eltérhetnek az előretekintő nyilatkozatoktól. Sok ilyen tényezőre nincs befolyása a Henkelnek, és ezek előre nem becsülhetők fel pontosan, mint például a későbbi gazdasági környezet, vagy a versenytársak és más piaci szereplők tevékenysége. A Henkel nem tervezi és nem vállalja, hogy a jövőre vonatkozó állításait frissítse.

Ez a dokumentum tartalmazza - az alkalmazandó pénzügyi beszámolási keretben nem egyértelműen meghatározva - a kiegészítő pénzügyi intézkedéseket, amelyek alternatív teljesítménymutatók vagy azok lehetnek (nem GAAP-intézkedések). Ezeket a kiegészítő pénzügyi intézkedéseket nem szabad elszigetelten vagy a Henkel nettó eszközállományának és pénzügyi helyzetének, illetve a műveletek eredményei alternatívájaként tekinteni, ahogyan azt a konszolidált pénzügyi kimutatásokban a vonatkozó pénzügyi beszámoló kereteivel összhangban bemutatják. Más vállalatok, amelyek hasonló elnevezésű alternatív teljesítménymutatókról számolnak be vagy írnak le, számíthatják őket eltérően.

Ezt a dokumentumot kizárólag tájékoztatás céljából állították ki, és nem célja befektetési tanácsadás vagy értékpapírok eladási ajánlatának vagy vételi ajánlatának felkínálása.

**Kapcsolatok**

**Befektetők és elemzők Sajtó és Média**

**Lars Korinth Lars Witteck**

Tel.: +49 211 797 - 1631 Tel.: +49 211 797 - 2606

Email: [lars.korinth@henkel.com](mailto:lars.korinth@henkel.com) Email: [lars.witteck@henkel.com](mailto:lars.witteck@henkel.com)

**Mona Niermann Wulf Klüppelholz**

Tel: +49 211 797 - 7151 Tel: +49 211 797 - 1875

Email: [mona.niermann@henkel.com](mailto:mona.niermann@henkel.com) Email: wulf.klueppelholz@henkel.com

**Dorothee Brinkmann Jennifer Ott**

Tel: +49 211 797 - 5299 Tel: +49 211 797 - 2756

Email: [dorothee.brinkmann@henkel.com](mailto:dorothee.brinkmann@henkel.com) Email: [jennifer.ott@henkel.com](mailto:jennifer.ott@henkel.com)

[www.henkel.com/press](http://www.henkel.com/press)

[www.henkel.com/ir](http://www.henkel.com/ir)

Henkel Magyarország Kft.

Vállalati kommunikáció

**Dispiter Dorottya**

Tel: (1) 372-5555

Email: [vallalati.kommunikacio@henkel.com](mailto:vallalati.kommunikacio@henkel.com)