6. srpna 2020

Henkel zveřejňuje výsledky za první půlrok a druhé čtvrtletí 2020

Společnost Henkel dosáhla významných obchodních výsledků navzdory vlivu pandemie způsobené COVID-19

* **Zaměřujeme se na bezpečnost zaměstnanců, dodávky odběratelům a podporu komunit**
* **Skupinové tržby za první pololetí dosáhly 9 485 mil. eur, nominálně: -6,0 %, organicky: -5,2 %**
* **Provozní zisk\* představoval 1 191 mil. eur, -27,5 %**
* **EBIT marže\* na úrovni 12,6 %, t. j. -370 bazických bodů**

\* Upravené o jednorázové výdaje/příjmy a náklady na restrukturalizaci.

* **Výnos na prioritních akciích (EPS)\*: -29,2 % na 1,96 EUR, -28,2 % při konstantních kurzových sazbách**
* **Volný cash flow dosáhl úroveň 938 mil. EUR, zlepšila se čistá finanční pozice**
* **Vzhledem k přetrvávající nejistotě na trhu není možné poskytnout nový výhled na celý rok 2020**
* **Implementace nové agendy účelného růstu je na cestě**

**Düsseldorf –** ***„V průběhu první poloviny roku 2020 byla společnost Henkel silně ovlivněna hlubokou celosvětovou hospodářskou recesí a prudkým poklesem odbytu v rámci mnohých průmyslových odvětvích. Během této bezprecedentní celosvětové krize je na prvním místě ochrana zaměstnanců, zabezpečení dodávek odběratelům, pokračování v obchodní činnosti a ochrana komunit. Díky vynikajícímu týmovému duch a odhodlání našich lidí po celém světě se nám toho podařilo v první polovině roku 2020 dosáhnout. Naše široké portfolio ve spotřebitelských a průmyslových segmentech nám pomohlo vykompenzovat dopady krize na náš celkový výkon v oblasti celkový tržeb a zisku: za první půlrok roku 2020 dosáhly celkové tržby kolem 9,5 miliardy eur, provozní zisk 1,2, miliardy eur a EBIT marže 12,6 %. V roce 2019 jsme akcionářům vyplatili dividendy v plné výši, dokázali jsme zabezpečit velmi silný volný cash flow a déle zlepšovat naši čistou finanční pozici. Během krize jsme nezkracovali pracovní doby, nežádali o pomoc stát a nesnižovali jsme počty zaměstnanců kvůli pandemii. Celkově jsme dosáhli silných výsledků i při výjimečných a nepříznivých okolnostech,“ uvedl generální ředitel společnosti Henkel Carsten Knoble.***

**Společnost Henkel zaznamenala v první polovině roku 2020 tržby ve výši 9485 milionů eur. Ve srovnání s první polovinou předchozího roku se jedná o nominální pokles o 6,0 %, v organickém vyjádření o 5,2 %. Henkel rovněž dosáhl upraveného provozního zisku ve výši 1191 milionů eur v první polovině roku 2020, což je o 27,5 % méně než v předchozím roce. Upravená marže EBIT byla na úrovni 12,6 %, což představuje pokles o 370 bazických bodů v porovnání se stejným obdobím předcházejícího roku.**

**V průběhu prvních šesti měsíců byla divize Adhesive Technologies ovlivněna zejména významným snížením odbytu v klíčových odběratelských odvětvích. Výsledky v divizi Beauty Care negativně ovlivnil výrazný pokles v segmentu profesionální vlasové kosmetiky, a to kvůli uzavření kadeřnických salónů v mnoha zemích. Divize Laundry & Home Care naopak zaznamenala velmi silné výsledky, které byly podpořeny nárůstem poptávky po čistících prostředcích.**

***„Vzhledem k přetrvávající nejistotě však v současnosti nemůžeme poskytnout novou a spolehlivou předpověď na celý rok,“ uvedl Carsten Knobel.***

***„Kromě zvládání současné krize zůstáváme plně oddáni naší ambiciózní agendě růstu v následujících letech. Spustili jsme nové iniciativy v souladu s naším novým strategickým rámcem a budeme pokračovat v aktivním prosazování a implementaci naší agendy pro účelný růst.“***

**Tržby a zisk skupiny v první polovině roku 2020**

**Tržby** skupiny Henkel Groupna úrovni 9 485 mil. EUR v prví polovině 2020 byly o 6,0 % nižší v porovnaní se stejným obdobím předcházejícího roku (2. čtvrtletí: 4 558 mil. EUR při poklesu – 11,0 %). **Organické** tržby, které vylučují dopad kurzových vlivů, akvizic a prodejů, zaznamenaly negativní vývoj o 5,2 % (2. čtvrtletí: -9,4 %). Příspěvek akvizicí a prodejů představoval 0,3 % (2. čtvrtletí: 0,2 %). Kurzový vývoj měl na obrat negativní vliv, a to ve výšce 1,1 % (2. čtvrtletí: -1,9 %).

Vývoj organických tržeb na **rozvíjejících se trzích** představoval -2,6 % (2. čtvrtletí: - 7,1 %). **Vyspělé trhy** vykázaly negativní vývoj organických tržeb ve výši 6,9 % (2. čtvrtletí: 10,9 %).

Pololetní organické tržby vykázaly v **západní Evropě** negativní vývoj, přičemž pokles činil 8,0 % (2. čtvrtletí: -11,6 %). **Východní Evropa** zaznamenala zvýšení organického obratu o 3,1 % (2. čtvrtletí: -3,8 %). V **Africe a na Středním východě** tržby organicky vzrostly o 4,2 % (2. čtvrtletí: 1,4 %). V **Severní Americe** se organické tržby snížily o 6,4 % (2. čtvrtletí: -10,9 %). **Latinská Amerika** vykázala snížení organických tržeb o 11,4 % (2. čtvrtletí – 20,1 %). V **asijsko-pacifickém** regionu tržby organicky klesly o 6,4 % (2. čtvrtletí: - 7,2 %).

**Upravený provozní zisk (upravený EBIT)** klesl o 27,5 % z 1 641 mil. EUR v první polovině předcházejícího roku na 1 191 mil. EUR v roce 2020.

**Upravená rentabilita tržeb (upravená marže EBIT)** dosáhla za prvních šest měsíců úroveň 12,6 %, což představuje pokles o 3,7procentního bodu v porovnaní s předcházejícím rokem.

**Upravený zisk na prioritní akcii** se snížil o 29,2 % z 2,77 EUR v první polovině roku 2019 na aktuálních 1,96 EUR. Při konstantním směnném kurzu. Klesl upravený zisk na prioritní akcii o 28,2 %.

**Čistý provozní kapitál** se dále lepšil, a to na 4,4 % tržeb, ale i tak výrazně zaostal v porovnání se stejným obdobím v roce 2019 (6,7 %).

**Volný cash flow** zůstal velmi silný a v první polovině roku 2020 dosáhl 938 mil. EUR (1. půlrok 2019: 990 mil. EUR).

**Čistá finanční pozice** společnosti Henkel se k 30. červnu 2020 zlepšila na -1 951 mil. eur (k 31. prosinci 2019: -2 047 mil. eur), a to i navzdory výplatě dividend ve výší 800 mil. EUR ve druhém čtvrtletí.

**Výsledky obchodních divizí v první polovině roku 2020**

V první polovině roku 2020 se **tržby** divize **Adhesive Technologies** nominálně snížily o 12,2 % v porovnání se shodným obdobím předcházejícího roku, a dosáhly tak úrovně 4 153 mil. EUR. (2. čtvrtletí: 1 944 mil. EUR, - 19,7 %). Vývoj **organických** tržeb představoval – 10,9 % (2. čtvrtletí: -17,4 %). Na vývoj v prvním pololetí, a zejména ve druhém čtvrtletí, měl vliv výrazný pokles průmyslové a automobilové výroby v důsledku pandemie COVID-19. **Upravený provozní zisk** se snížil o 36,6 % a dosáhl 543 mil. EUR. **Upravená rentabilita tržeb** dosáhla výšky 13,1 % a byla tak pod úrovní první poloviny roku 2019. Pokles **marže** byl způsoben především výrazně nižším objemem prodeje v důsledku pandemie.

Divize **Beauty Care** zaznamenala v prvním půlroku 2020 pokles **organických** tržeb o 8,5 % (2. čtvrtletí: - 12,8 %). Nominálně byly tržby o 7,4 % nižší než v předchozím roce a dosáhly 1 818 mil. EUR (2. čtvrtletí: 883 mil. EUR, - 11,9 %). Tento vývoj je způsobem zejména negativními dopady pandemie COVID-19 na kadeřnické salony. **Upravený provozní zisk** ve výši 172 mil. EUR zůstal pod úrovní prvního půlroku roku 2019, a to o 35,4 %. **Upravená rentabilita tržeb** vykázala negativní vývoj a dosáhla 9,4 %, pokles byl ovlivněn zejména klesajícím objemem prodeje v oblasti vlasové kosmetiky.

Divize **Laundry & Home Care** zaznamenala v první polovině roku 2020 růst **organických** tržeb, a to o 4,9 % (2. čtvrtletí: 4,4 %). Nominálně tržby vzrostly o 3,8 % na 3 460 mil. EUR (2. čtvrtletí: 1 750 mil. EUR, 2,3 %). **Upravený provozní zisk** ve výši 531 mil. EUR byl o 6,0 % nižší než v předchozím roce. **Upravená rentabilita tržeb** byla na úrovni 15,3 % a byla tak pod hladinou první poloviny roku 2019, zejména kvůli vyšším investicím do marketingu, reklamy, digitalizace a IT.

**Agenda účelného růstu: Implementace nového strategického rámce**

Na začátku března 2020 představila společnost Henkel program svého růstu pro nadcházející roky. Společnost vypracovala jasný strategický rámec. Zahrnuje: vítězná portfolia, konkurenční výhodu, zejména v oblastech inovací, udržitelnosti a digitalizace, stejně tak jako operační systém připravený na budoucnost a silnou podnikovou kulturu. *„Tento strategický rámec nám pomůže vyhrát 20. léta s jasným zaměřením na účelný růst,“* vysvětlil Carsten Knobel. *„Od březnového oznámení jsme již dosáhli dobrého pokroku v iniciování prvních činností a v implementaci opatření.“*

Klíčovým prvkem budoucího směřování společnosti Henkel je **aktivní správa portfolia**. Společnost Henkel identifikovala značky a kategorie produktů s celkovými tržbami přes jednu miliardu eur, převážně ve svých spotřebitelských podnicích, z nichž 50 % plánuje do konce roku 2021 odprodat nebo zrušit jejich výrobu. Navzdory současné nejistotě na trhu, společnost Henkel znovu potvrdila opatření týkající se portfolia, která mají být provedena v oznámeném časovém rámci. V průběhu tohoto roku společnost Henkel již ukončila výrobu a podepsala prodeje s celkovým objemem kolem 80 mil. EUR, zejména v divizi Adhesive Technologies.

Spolu s aktivním řízením portfolia zůstávají akvizice nedílnou součástí strategie společnosti Henkel. Společnost Henkel nedávno uzavřela dvě transakce s celkovou kupní cenou kolem 500 milionů eur. V divizi Beauty Care společnost Henkel rozšiřuje své digitální aktivity v oblasti přímého prodeje spotřebiteli (D2C) pomocí akvizice většinového podílu na obchodních činnostech, které zahrnující tři rychle rostoucí prémiové kosmetické značky. V divizi Adhesive Technologies posílí Henkel svoji pozici v oblasti lepidel a tmelů pro spotřebitele a řemeslníky v Severní Americe získáním atraktivního portfolia spotřebitelských tmelů prodávaných pod značkou GE \*\*. Tato akvizice zahrnuje řadu silikonových tmelů pro různé aplikace.

Za účelem dalšího posílení své **konkurenční výhody** se společnost Henkel zaměří na urychlení přínosných **inovací**, podporu **udržitelnosti** jako odlišujícího faktoru a na transformaci **digitálních služeb** na tvorbu zákaznických a spotřebitelských hodnot.

Henkel si klade za cíl urychlit přínosné **inovace** s podporou zvýšených investic. Jejich součástí bude i vylepšený **inovační přístup**. Inovace a značky budou podporovány stálými investicemi v klíčových kategoriích a regionech. Společnost Henkel se proto zavázala k **dalšímu zvyšování investic** v oblasti reklamy, digitálních služeb a IT. V prvních šesti měsících letošního roku, navzdory makroekonomickým výzvám, společnost Henkel zvýšila tyto investice v řádech desítek milionů eur.

V rámci divize Adhesive Technologies Henkel pokračoval v investicích do svého nejmodernějšího inovačního centra v Düsseldorfu. Ve spotřebitelském odvětví Henkel rychle rozšířil portfolio o další produkty v oblasti hygieny a zvýšil výrobní kapacity pro nové dezinfekční prostředky na ruce a čistící prostředky v různých regionech.

Klíčovým pilířem strategie konkurenceschopnosti společnosti Henkel je jasné odlišení se od konkurence díky přínosným inovacím. V rámci divize Adhesive Technologies využila společnost Henkel své široké průmyslové portfolio těsnících a impregnačních technologií k uvedení nové produktové řady ke zvýšení odolnosti špičkových smartphonů nejvyšší třídy. V tomto případě šlo o spolupráci s významným světovým výrobcem mobilních telefonů. Divize Beauty Care uvedla na trh novou značku Schwarzkopf Simply Color, která je v souladu s ekologickými trendy v rámci „technologičtější“ kategorie barvení vlasů. Divize Laundry & Home Care dále pokračovala v zavádění disků na praní Persil 4in1 Discs. Disky Persil nyní tvoří téměř 10 % z celkového prodeje značky Persil.

\* GE je obchodní značkou společnosti General Electric Company, použité v souladu s licencí.

**Udržitelnost** je jednou z významných a silných stránek společnosti Henkel. Společnost si udržuje přední pozici, která je pravidelně potvrzována v hodnoceních a žebříčcích. Proto se stále společnost Henkel snaží posilovat svou vedoucí pozici v oblasti udržitelnosti jako jednoznačnou konkurenční výhodu. Aby společnost Henkel dále urychlila svá úsilí, definovala další milníky a konkrétní cíle. Jedním z nich je ambice stát se „klimaticky pozitivní“ společností do roku 2040.

Jako první společnost na světě vytvořil Henkel v červnu 2020 dluhopis zaměřený na snižování plastového odpadu. Henkel tak učinil další krok v kombinaci atraktivních nástrojů podnikového financování s pokrokem v oblasti udržitelnosti. Výtěžek z těchto dluhopisů – přibližně 100 mil. EUR – bude přidělen konkrétním projektům a výdajům spojených s aktivitami společnosti Henkel zaměřenými na snižování plastového odpadu. Dluhopis zdůrazňuje závazek společnosti Henkel podporovat cirkulární ekonomiku, snižování množství plastového odpadu a udržitelného financování.

Společnost Henkel také rozšířila svůj nástroj Design for Recycling („EasyD4R“), který umožňuje rychle a spolehlivě posoudit recyklovatelnost obalů v rané fázi vývojového procesu. Software, který byl zpřístupněn dalším společnostem a organizacím, nyní pokrývá nejen různé typy plastových obalů, ale také materiály jako papír, sklo nebo hliník.

Pokrok společnosti Henkel v oblasti udržitelnosti se odráží také ve spotřebitelských a průmyslových výrobcích. Například v rámci divize Laundry & Home Care byl sortiment Pro Nature rozšířený o výrobky Somat a Bref Pro Nature. Produkty Pro Nature jsou zatím k dispozici ve 30 zemích a obsahují až 99,9 % přírodních ingrediencí a prodávají se v obalech ze 100% recyklovatelných plastů. Divize Beauty Care uvedla na trh tuhý šampon a sprchová mýdla pod značkou Nature Box a N.A.E. bez plastových obalů. S produkty Loctite Liofol uvedla divize Adhesive Technologies na trh certifikované recyklovatelné laminovací lepidlo aplikovatelné jak za tepla, tak i za studena. Tento produkt umožňuje nahradit polyetylen papírem a je vhodný pro širokou škálu potravinářských i nepotravinářských obalů.

Kromě inovací a udržitelnosti společnost Henkel definovala **digitalizaci** jako klíčový nástroj k posílení své konkurenceschopnosti. V prvním pololetí společnost Henkel zaznamenala silný nárůst digitálního prodeje o více než 60 % celkově za divize Beauty Care a Laundry & Home Care. Za celou skupinu se podíl digitálního prodeje na celkových tržbách blíží k pásmu 15 až 16 procent. Se svou novou jednotkou „Digital Business“ se chce Henkel stát lídrem v oblasti digitálního podnikání v oblasti svých odvětví a přinášet skutečné hodnoty svým zákazníkům. Proto na konci června Henkel představil nový operační model pro své digitální a IT aktivity. Spojil proto IT týmy, odborníky na digitální podnikání, vlastníky podnikových procesů a společnost HenkelX Ventures pod vedením ředitele pro digitalizaci a informace (CDIO – Chief Digital and Information Officer).

Flexibilní, rychlé a pro budoucnost připravené **obchodní procesy** jsou dalším důležitým prvkem strategického rámce společnosti Henkel. Společnost pravidelně přezkoumává své obchodní struktury, posuzuje, zda jsou rychlé a jednoduché a přizpůsobuje je měnícím se podmínkám a vývoji na trhu. Mimoto bude vyvíjet nové obchodní modely s důrazem na přibližování se k odběratelům a spotřebitelům. Henkel úspěšně implementoval nové podnikové modely v rámci divize Adhesive Technologies. V divizích Laundry & Home Care a Beauty Care se připravují organizační změny, které mají za cíl posílit důraz na region a blízkost k odběratelům a spotřebitelům.

Další rozvoj podnikové kultury společnosti Henkel a urychlení **kulturní transformace** jsou dalšími klíčovými prvky, kterými se bude Henkel na své cestě zabývat. Cílem je podpořit kulturu spolupráce s oprávněnými lidmi, respektující základní závazky společnosti v oblasti vedení. Pro společnost Henkel je klíčové, aby zaměstnanci neustále rozvíjeli své profesionální a osobní dovednosti. V první polovině roku 2020 proto společnost zahájila speciálně navržené projekty školení na zvyšování kvalifikace, například v oblasti vedení, digitalizace a inovací. Současná koronavirová krize prokázala silnou firemní kulturu společnosti Henkel, také pak odolnost a odhodlání jejích zaměstnanců po celém světě.

**Opatření zavedená na boj proti pandemii COVID-19**

Pandemie COVID-19 zasáhla všechny oblasti našich životů a vážně postihla globální ekonomiku. V této krizi má zdraví a bezpečnost našich zaměstnanců, zákazníků a obchodních partnerů nejvyšší prioritu. Společnost již v rané fázi zavedla širokou škálu ochranných opatření. Henkel zároveň vyvinul velké úsilí, aby pokračoval ve svých obchodních aktivitách a dále naplňoval potřeby zákazníkům a spotřebitelů po celém světě. Kromě toho zahájila společnost Henkel globální program solidarity zahrnující finanční dary, například do fondu COVID-19 Solidarity Response Fund zřízený Světovou zdravotnickou organizací (WHO) a Nadací Organizace spojených národů (OSN) a jiných vybraných organizací z celého světa. Společnost Henkel dále darovala více než 5 milionů výrobků pro osobní hygienu nebo hygienu domácnosti a ve svých závodech vyráběla dezinfekční prostředky. Celosvětově vyrobil a daroval Henkel více než 111 000 litrů dezinfekčního prostředku v rámci pomoci zdravotnickým útvarům a nemocnicím.

Společnost Henkel dosud podpořila téměř 500 projektů spojených s pandemií COVID-19 ve více než 40 zemích světa a pomohla téměř 5 milionům lidí, kteří v důsledku pandemie COVID-19 potřebovali pomoc.

*„Budeme se muset neustále přizpůsobovat vývoji krize. Na jakékoliv narušení našich trhů budeme reagovat rychle a pružně. Budeme aktivně utvářet změny a budeme průkopníky v nových oblastech,“* shrnul Carsten Knobel*. „Jsem přesvědčen, že díky našemu specializovanému globálnímu týmu, našemu novému strategickému rámci zaměřeného na účelný růst, naší silné rozvaze, finanční flexibilitě a schopnosti generovat silný cash flow, máme dobré předpoklady k tomu, abychom tuto obtížnou situaci zvládli a vyšli z ní ještě silnější.“*

**Hlavní údaje za 2. čtvrtletí 2020 (Q2) a za šest měsíců roku 2020 (1-6)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **v milionech eur** | **Obrat** | **EBIT** | **Marže EBIT** |
| **Q2** | **1-6** | **1-6** | **1-6** |
| **Adhesive Technologies** |
| 2020 | 1 944 | 4 153 | 532 | 12,8 % |
| 2019 | 2 422 | 4 731 | 825 | 17,4 % |
| organický růst | -17,4 % | -10,9 % | - | - |
| 2020 upravený | - | - | 543 | 13,1 % |
| 2019 upravený | - | - | 857 | 18,1 % |
| **Beauty Care** |
| 2020 | 883 | 1 818 | 148 | 8,1 % |
| 2019 | 1 002 | 1 962 | 234 | 11,9 % |
| organický růst | -12,8 % | -8,5 % | - | - |
| 2020 upravený | - | - | 172 | 9,4 % |
| 2019 upravený | - | - | 266 | 13,5 % |
| **Laundry & Home Care** |
| 2020 | 1 705 | 3 460 | 500 | 14,4 % |
| 2019 | 1 666 | 3 334 | 483 | 14,5 % |
| organický růst | 4,4 % | 4,9 % | - | - |
| 2020 upravený | - | - | 531 | 15,3 % |
| 2019 upravený | - | - | 565 | 16,9 % |
| **Henkel** |
| 2020 | 4 558 | 9 485 | 1 094 | 11,5 % |
| 2019 | 5 121 | 10 090 | 1 492 | 14,8 % |
| organický růst | -9,4 % | -5,2 % | - | - |
| 2020 upravený | - | - | 1 191 | 12,6 % |
| 2019 upravený | - | - | 1 641 | 16,3 % |
|  |
| **Henkel** | **1-6** **2019** | **1-6** **2020** | **Změna** |  |
| Výnosy na prioritní akcii v eurech | 2,51 | 1,79 | -28,7 % |  |
| Upravené výnosy na prioritní akcii v eurech 1) | 2,77 | 1,96 | -29,2 % |  |
|  při konstantních kurzových sazbách |  |  | -28,2 % |  |

1) Upravené o jednorázové výdaje/příjmy a náklady na restrukturalizaci.

**Henkel AG & Co. KGaA, Investor Relations (vztahy s investory)**

**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 žebříčcích. Prioritní akcie společnosti Henkel jsou uvedeny v německém akciovém indexu DAX. Pro více informací navštivte prosím [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

Tento dokument 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 mnohou 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 konkurentů 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 ukazatelů 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.

**Kontakt** Zuzana Kaňuchová

 Ředitelka korporátní komunikace

Telefon: +421 917 160 597

E-mail: zuzana.kanuchova@henkel.com