

2020. III. negyedévi jelentés

Julius – Szeptember

Jó üzleti teljesítmény a COVID-19 járvány miatt továbbra is nehéz piaci körülmények ellenére

A Henkel erőteljes szerves árbevétel-növekedést ért el a harmadik negyedévben

- A csoport árbevétele szervesen 3,9%-kal 5 milliárd euróra nőtt; nominálisan -1,5%
- Valamennyi üzletág pozitív fejlődést mutat:
 - Adhesive Technologies 1,3 százalékos pozitív szerves árbevétel-növekedés, nominálisan -4,8%
 - Beauty Care rendkívül erőteljes, 4,3 százalékos szerves árbevétel-növekedés, nominálisan 3,0%
 - Laundry & Home Care jelentős, 7,7 százalékos szerves árbevétel-növekedés, nominálisan 0,7%
- A regionális árbevétel alakulása differenciált képet mutat:
Feltörekvő piacok 8,8%, érett piacok 0,6%
- Új előrejelzés a 2020-as évre vonatkozóan októberben került ismertetésre

A Henkel erőteljes, 3,9 százalékos, szerves árbevétel-növekedést ért el **2020 harmadik negyedévében** – annak ellenére, hogy a koronavírus válság következtében továbbra is kihívásokkal teli gazdasági környezettel kellett szembenézni. A **vállalatcsoport árbevétele** összesen kb. 5 milliárd euró volt, ami -1,5 %-os nominális változásnak felel meg. Október elején a Henkel előzetes adatokat közölt a harmadik negyedévi értékesítési teljesítményéről, és bemutatta a 2020-as pénzügyi évre vonatkozó új előrejelzését.

„A globális koronavírus-válság hatásai továbbra is meghatározzák a piaci környezetet. Ennek ellenére a Henkel jó üzleti teljesítményt ért el a harmadik negyedévben, amely eredményhez mindhárom üzletág hozzájárult. Ez bizonyítja a robusztus, diverzifikált portfóliónk, amely sikeres márkákból és innovatív technológiákból áll az ipari és fogyasztási cikkek üzleti területeink számára. Ezenkívül a marketing, illetve az innovációs és a digitalizációs tevékenységekbe való további befektetéseink is kifizetődőek. Továbbá a harmadik negyedévben jelentősen növeltük digitális értékesítésünket, így ezen szegmens teljes értékesítési részesedése több mint 15 százalékra nőtt” – mondta Carsten Knobel, a Henkel igazgatóságának elnöke.

„A harmadik negyedévben elért jó teljesítmény részben a második negyedévből eredő felzárkózási hatásoknak is köszönhető, amikor a COVID-19 járvány negatív hatásai különösen súlyosak voltak. De mindenekelőtt erős globális csapatunk eredménye, amely ebben a mindannyiunk számára példátlan és kihívásokkal teli időben óriási elkötelezettséget mutat, amivel továbbra is hozzájárul a Henkel hosszú távú sikeréhez.”

A Henkel jól teljesített ebben a kihívásokkal teli piaci környezetben a harmadik negyedévben. Az **Adhesive Technologies** üzletág az összes üzleti területen a kereslet élénkülését tudta felmutatni a második negyedévhez képest, és összességében pozitív szerves árbevétel-növekedést ért el az előző év azonos negyedévéhez képest. A **Beauty Care** üzletágban a Fodrász Szalon üzleti terület is fellendülést mutatott a második negyedévhez képest. Ezen üzletágban a szerves árbevétel alakulása azonban évről évre némileg negatív tendenciát mutatott. Ezzel szemben a kiskereskedelmi üzletág nagyon erőteljes szerves árbevétel-növekedést ért el 2019 harmadik negyedévéhez képest. A mosószerek és a háztartási tisztítószeresek iránti jelentős keresletnek, és a második negyedévi felzárkózási hatásoknak köszönhetően a **Laundry & Home Care** üzletág jelentős szerves árbevétel-növekedést tudott felmutatni, és így tovább folytatta sikeres fejlődését.

„A koronavírus-válság idején rugalmasan és gyorsan alkalmazkodtunk a változásokhoz, miközben továbbra is intenzíven követtük a céltudatos növekedés érdekében kitűzött tervet, amelyet idén márciusban vezettünk be. Új, egész éves iránymutatásunk révén meghatároztuk az év hátralévő részében elérendő fejlődésünkkel kapcsolatos elvárásainkat. Noha azt feltételezzük, hogy a negyedik negyedévben továbbra is érezni fogjuk a járvány negatív hatásait, nem számolunk azzal, hogy további jelentős – a második negyedévben tapasztalható hasonló – lezárásokra kerül sor a Henkel szempontjából központi jelentőségű régiókban. Meg vagyunk győződve arról, hogy a célzott növekedésre összpontosító stratégiai keretünkkel megfelelő helyzetben vagyunk ahhoz, hogy megerősödve kerüljünk ki a válságból” – tette hozzá Knobel.

A Csoport árbevétele

2020 harmadik negyedévében a Henkel Csoport **árbevétele nominálisan** -1,5 százalékkal, 4999 millió euróra csökkent. **Szervesen** (azaz a devizára és a felvásárlásokra/elidegenítésekre korrigálva) az árbevétel 3,9 százalékkal nőtt. Csoport szinten a növekedést a volumen hajtotta, az ár- és volumen alakulása az üzletágak között különbözött. Az akvizíciók és elidegenítések 0,1 százalékkal növelték az árbevételt. A devizahatások -5,5 százalékos negatív eredményt gyakoroltak az árbevételre.

2020 első kilenc hónapjában az árbevétel **nominálisan** -4,5 százalékkal, 14485 millió euróra csökkent. A Henkel **szerves** árbevétel alakulása negatív, -2,1 százalékos mértékű volt, ami elsősorban a volumenhatásoknak tudható be. Az idei év első kilenc hónapjában az árak alakulása csak enyhén volt negatívnak mondható. A Henkel üzleti teljesítményét - különösen az év első hat hónapjában - a COVID-19 járványnak különösen az ipari és Fodrász Szalon üzleti területekre gyakorolt negatív hatása befolyásolta. A keresletnek a második negyedévben tapasztalható legnagyobb mértékű visszaesését követően a Henkel üzletágainak teljesítménye a harmadik negyedévben újra jelentősen javuló tendenciát mutatott.

Csoport árbevétel teljesítménye¹

millió euróban	Q3/2020	1–9/2020
Árbevétel	4999	14485
Változás az előző évhez képest	-1,5%	-4,5%
Devizaváltás	-5,5%	-2,6%
Devizára kiigazítva	4,0%	-1,9%
Felvásárlások/elidegenítések	0,1%	0,2%
Szerves	3,9%	-2,1%
Ebből az ár	0,4%	-0,2%
Ebből a volumen	3,5%	-1,9%

¹ Az összes számadat kerekítve szerepel. A kiegészítés eltérést eredményezhet a feltüntetett összegektől.

A **feltörekvő piacok** erőteljes, 8,8 százalékos szerves árbevétel-növekedést értek el a **harmadik negyedévben**. A szerves árbevétel fejlődése az **érett piacokon** pozitív, 0,6 százalékos volt. A nyugat-európai régióban a szerves árbevétel fejlődése -1,2 százalékkal csökkent az előző év azonos időszakához képest. Ezzel szemben képesek voltunk 10,4 százalékkal növelni az árbevételt a kelet-európai régióban. Az afrikai/közéleleti régióban 2020 harmadik negyedévében 13,9 százalékos szerves árbevétel-növekedést értünk el. Az árbevétel szervesen csökkent az észak-amerikai régióban 2,9 százalékkal, a latin-amerikai régióban pedig 13,8 százalékkal. A szerves árbevétel fejlődése az ázsiai-csendes-óceáni térségben pozitív, 1,2 százalékos volt.

Árbevétel teljesítmény régióként¹

millió euróban	Nyugat-Európa	Kelet-Európa	Afrika/Közélelet	Észak Amerika	Latin Amerika	Ázsia-Csendes-óceán	Társasági	Henkel Csoport
Árbevétel²								
2020. július - szeptember	1472	796	301	1354	273	777	26	4999
Árbevétel ²								
2019. július–szeptember	1485	815	500	1328	299	796	30	5077
Változás az előző évhez képest	-0,9%	-2,3%	-7,2%	1,9%	-8,6%	-2,4%	–	-1,5%
Szerves	-1,2%	10,4%	13,9%	2,9%	13,8%	1,2%	–	3,9%
Csoport árbevétel arány								
2020	29%	16%	6%	27%	5%	16%	1%	100%
Csoport árbevétel arány 2019	29%	16%	6%	26%	6%	16%	1%	100%

¹ Az összes számadat kerekítve szerepel. A kiegészítés eltérést eredményezhet a feltüntetett összegektől.

² A cég székhelye szerint.

2020 első kilenc hónapjában a feltörekvő piacok 1,3 százalékos szerves árbevétel-növekedést értek el, míg az **érett piacokon** az árbevétel alakulása -4,4 százalék volt.

Árbevétel teljesítmény régiónként¹

millió euróban	Nyugat-Európa	Kelet-Európa	Afrika/Közel-Kelet	Észak Amerika	Latin Amerika	Ázsia-Csendes-óceán	Társasági	Henkel Csoport
Árbevétel²								
2020. január – szeptember	4322	2240	956	3917	792	2177	81	14485
Árbevétel ²								
2019. január – szeptember	4583	2273	976	3951	970	2321	92	15167
Változás az előző évhez képest	-5,7%	-1,4%	-2,0%	-0,9%	-18,4%	-6,2%	–	-4,5%
Szerves	-5,8%	5,8%	7,4%	-3,2%	-3,7%	-3,8%	–	-2,1%
Csoport árbevétel arány 2020	30%	15%	7%	27%	5%	15%	1%	100%
Csoport árbevétel arány 2019	30%	15%	7%	26%	6%	15%	1%	100%

¹ Az összes számadat kerekítve szerepel. A kiegészítés eltérést eredményezhet a feltüntetett összegektől.

² A cég székhelye szerint.

Adhesive Technologies árbevétel teljesítménye

Az Adhesive Technologies üzletág által generált árbevétel **nominálisan** -4,8 százalékkal, 2280 millió euróra csökkent **2020 harmadik negyedévében**. **Szervesen** (azaz a devizára és a felvásárlásokra/elidegenítésekre kiigazítva) az árbevétel 1,3 százalékkal nőtt. A teljesítmény mind a mennyiség, mind az árak szempontjából pozitív volt. A devizahatások -5,5 százalékkal csökkentették az eladásokat, és az akvizíciók/elidegenítések pedig további -0,6 százalékkal csökkentették az árbevételt.

2020 első kilenc hónapjában az Adhesive Technologies üzletág **árbevétele** nominálisan -9,7 százalékkal 6433 millió euróra csökkent. **Szervesen** az árbevétel a volumen hatására -6,8 százalékkal csökkent. A COVID-19 járvány súlyos negatív hatással volt az első és különösen a második negyedév teljesítményére. A harmadik negyedévben üzleti tevékenységünket még mindig hátrányosan érintette az ipari és a járműipari célú gyártás visszaesése. Mindegyik üzleti terület fellendülést mutatott azonban a második negyedévhez képest.

Adhesive Technologies¹ árbevétel teljesítménye

millió euróban	Q3/2020	1–9/2020
Árbevétel	2280	6433
A Csoport árbevételének aránya	46%	44%
Változás az előző évhez képest	-4,8%	-9,7%
Devizaváltás	-5,5%	-2,6%
Devizára kiigazítva	0,7%	-7,1%
Felvásárlások/elidegenítések	-0,6%	-0,3%
Szerves	1,3%	-6,8%
Ebből az ár	1,0%	0,4%
Ebből a volumen	0,3%	-7,2%

Adhesive Technologies¹ árbevétel teljesítménye

millió euróban

Q3/2020

1-9/2020

¹ Az összes számadat kerekítve szerepel. A kiegészítés eltérést eredményezhet a feltüntetett összegektől.

Az Adhesive Technologies üzletág egyes üzleti területei vegyes teljesítményt mutattak a **harmadik negyedévben**. Az Automotive & Metals üzleti terület szerves árbevételének alakulása az előző évi szint alatt maradt. Az év első félévében bekövetkezett, az árbevételt érintő erőteljes csökkenést követően az üzleti terület teljesítménye a harmadik negyedévben újra jelentős mértékben növekedett, és a három hónap folyamán javuló tendenciát mutatott. Az **Electronics & Industrials** üzleti terület a COVID-19 járvány különösen az Industrials üzleti területet érintette, amelynek teljesítménye negatív irányban alakult. Ezzel szemben az Electronics üzleti terület pozitív teljesítményt nyújtott. A **Packaging & Consumer Goods** terület jó szerves árbevétel fejlődést ért el, amelyet a Consumer Goods erőteljes növekedése és a Packaging nagyon erős növekedése támogatott. A **Craftsmen, Construction & Professional** üzleti terület nagyon erős árbevétel-növekedést ért el, elsősorban a Craftsmen and Professional üzleti terület kétszámjegyű növekedése és a Construction üzleti terület nagyon jelentős növekedése révén. Ez részben a gyengébb második negyedév utáni pozitív felzárkózási hatásoknak volt köszönhető.

Regionális értelemben az **Adhesive Technologies** üzletág szerves árbevétel-növekedést mutatott a **feltörekvő piacokon**. A Henkel kétszámjegyű árbevétel növekedést ért el a latin-amerikai és kelet-európai régiókban, jelentős növekedés volt megfigyelhető az afrikai/közel-keleti régiókban. A növekedéshez főként a Packaging & Consumer Goods és a Craftsmen, Construction & Professional területek járultak hozzá. Az értékesítési teljesítmény összességében stabil maradt az ázsiai régióban (Japán kivételével). A Kínában elért nagyon jelentős növekedés azonban nem volt képes ellensúlyozni a régió többi országában tapasztalt negatív tendenciát.

A szerves árbevétel teljesítmény az **érett piacokon** összességében elmaradt az előző év szintjétől. A nyugat-európai régiót különösen Automotive & Metals és Electronics & Industrials területek negatív teljesítménye befolyásolta, mivel a Craftsmen, Construction & Professional terület árbevételének jelentős növekedése csak részben tudta ellensúlyozni a visszaesést. Az észak-amerikai régiót az Automotive & Metals, valamint az Electronics & Industrials üzleti területeken bekövetkező csökkenő kereslet is befolyásolta. Ezzel szemben a Packaging & Consumer Goods üzleti terület erőteljes szerves árbevétel-növekedést ért el.

Beauty Care árbevétel teljesítménye

A Beauty Care üzletágban az **árbevétel nominálisan** 3,0 százalékkal, 999 millió euróra nőtt **2020 harmadik negyedévében**. **Szervesen** (azaz a devizára és a felvásárlásokra/elidegenítésekre korrigálva) az árbevétel 4,3 százalékkal nőtt. Ezt a teljesítményt mind a mennyiség, mind az ár befolyásolta. A devizahatások -3,3 százalékkal csökkentették az eladásokat. Az akvizíciók/elidegenítések 2,0 %-kal járultak hozzá az árbevétel fejlődéséhez.

2020 első kilenc hónapjában a Beauty Care üzletág **eladásai** éves szinten **nominálisan** -3,9 százalékkal, 2818 millió euróval csökkentek. **Szervesen** az árbevétel a volumen hatására -4,2 százalékkal csökkent. Az első és főleg a második negyedévben a járvány következtében a Fodrász Szalon üzleti területen bekövetkezett negatív tendenciákat követően az üzleti terület a harmadik negyedévben jelentős élénkülést mutatott. A gyengébb első félév után a márkás fogyasztási cikkek értékesítése a harmadik negyedévben nagyon erős volt.

Beauty Care¹ árbevétel teljesítménye

millió euróban	Q3/2020	1–9/2020
Árbevétel	999	2818
A Csoport árbevételének aránya	20%	19%
Változás az előző évhez képest	3,0%	-3,9%
Devizaváltás	-3,3%	-1,9%
Devizára kiigazítva	6,3%	-2,0%
Felvásárlások/elidegenítések	2,0%	2,2%
Szerves	4,3%	-4,2%
Ebből az ár	1,6%	0,1%
Ebből a volumen	2,7%	-4,3%

¹ Az összes számadat kerekítve szerepel. A kiegészítés eltérést eredményezhet a feltüntetett összegektől.

A **Márkás Fogyasztási Cikkek** üzleti terület rendkívül erőteljes szerves árbevétel-növekedést ért el a **harmadik negyedévben**. A második negyedévhez hasonlóan a testápolás kategóriában kétszámjegyű százalékos növekedést regisztrálhattunk. Különösen a **Dial** márka tudta folytatni nagyon erős teljesítményét a második negyedévtől kezdve. Az első félévben tapasztalt negatív tendenciát követően a Hair Cosmetics kategória nagyon erőteljes árbevétel-növekedést ért el, amely a Hair Colorants kétszámjegyű százalékos tartományban elért szerves árbevétel-növekedésére vezethető vissza. A hajápolás is jelentősen javult, és erős értékesítési teljesítményt ért el. A Styling azonban az előző évhez képest gyengébben teljesített a fogyasztói magatartásnak a COVID-19 járvány nyomán bekövetkezett változása miatt.

Bár a COVID-19 járvány a **Fodrász Szalon** területet a harmadik negyedévben továbbra is befolyásolta, az első hat hónapoz képest jelentős fellendülést tudhatott magáénak. Évről évre pozitív növekedés volt tapasztalható a nyugat-európai régióban, és nagyon erős növekedést értünk el a latin-amerikai régióban. A negatív szerves árbevétel fejlődés ellenére a többi régió erőteljes teljesítményjavulást mutatott az év első feléhez képest.

A Márkás Fogyasztási Cikkek nagyon meggyőző teljesítménye és a Fodrász Szalon fellendülése az egyes régiókban is megmutatkozott. A **feltörekvő piacok** erőteljes szerves növekedést értek el a harmadik negyedévben. Ez a teljesítmény alapvetően a kelet-európai és latin-amerikai régiókban történt árbevétel jelentős növekedésének tudható be. Ázsia (Japán kivételével) pozitív árbevétel-növekedést ért el. Ezzel szemben az afrikai/közel-keleti régió negatív árbevétel tendenciát mutatott.

A szerves árbevétel fejlődése az **érett piacokon** nagyon erős volt. Az észak-amerikai régióban az árbevétel növekedése a kétszámjegyű százalékos tartományban volt, elsősorban a testápolás kategóriának köszönhetően, amely szintén kétszámjegyű növekedést mutatott. Az árbevétel teljesítmény pozitív volt Nyugat-Európában, a Márkás Fogyasztási Cikkek és a Fodrász Szalon üzleti területeknek köszönhetően. Ezzel szemben az ázsiai-csendes-óceáni térség érett piacain a teljesítmény negatív volt, különösen a Haj Szalon területen.

Laundry & Home Care árbevétel teljesítménye

A Laundry & Home Care üzletág 1693 millió euró árbevételt ért el **2020 harmadik negyedévében**, ami 0,7 százalékos **nominális** növekedést jelent az előző negyedévhez képest. **Szervesen** (azaz a devizára és a felvásárlásokra/elidegenítésekre korrigálva) az üzletág árbevétele jelentősen, 7,7 százalékkal nőtt. A növekedést elsősorban a volumen jelentős növekedése okozta, a kissé negatív ártendenciához képest. A felvásárlásoknak/eladásoknak nem volt lényeges hatása az árbevételre. A devizahatások ezzel szemben -7,0 százalékkal csökkentették az árbevételt.

2020 első kilenc hónapjában a Laundry & Home Care üzletág **árbevétele nominálisan** 2,7 százalékkal, 5153 millió euróra nőtt. **Szervesen** ennek az üzletágnak az üzleti területei nagyon erős, 5,8 százalékos árbevétel-növekedést értek el a volumen révén. Az év első és második negyedében az árbevétel nagyon erős növekedését követően az üzletág jelentős növekedést ért el a harmadik negyedévben.

Laundry & Home Care¹ árbevétel teljesítménye

millió euróban	Q3/2020	1-9/2020
Árbevétel	1693	5153
A Csoport árbevételének aránya	34%	36%
Változás az előző évhez képest	0,7%	2,7%
Devizaváltás	-7,0%	-3,1%
Devizára kiigazítva	7,7%	5,8%
Felvásárlások/elidegenítések	0,0%	0,0%
Szerves	7,7%	5,8%
Ebből az ár	-1,1%	-1,2%
Ebből a volumen	8,8%	7,0%

¹ Az összes számadat kerekítve szerepel. A kiegészítés eltérést eredményezhet a feltüntetett összegektől.

A **Home Care** üzleti terület – az előző két negyedévhez hasonlóan – a **harmadik negyedévben** ismét kétszámjegyű százalékos szerves árbevétel-növekedését ért el. Ezen üzletág erőteljes fejlődése alapvetően a **Pril/Pur**, a **Bref** és a **Somat** márkacsaládok teljesítményének tudható be, amelyek mindegyike kétszámjegyű növekedést mutatott a mosogatószerek, a felületek tisztítására szolgáló tisztítószeres és a WC-tisztítószeres kategóriákban. Ezt a tendenciát a világjárvány következtében a háztartási tisztítószeresek iránt megnövekedett kereslet, valamint sikeres termékinnovációink egyaránt alátámasztották.

A **Laundry** üzleti terület erőteljes növekedést ért el a harmadik negyedévben, amelyhez az intenzív tisztító hatású mosószerek nagyon jelentős teljesítménnyel járultak hozzá. A **Persil** alapmárkánk jelentős növekedést ért el, nem utolsósorban az innovációs kezdeményezéseink eredményeként. A mosószer kapszulák termékcsoportja kétszámjegyű növekedést generált, ezzel növelve a sikeres teljesítményt az első hat hónaptól. Az észak-amerikai **all** márkánk is kétszámjegyű százalékos árbevétel-növekedést ért el.

A **feltörekvő piacokon** kétszámjegyű szerves árbevétel-növekedést értünk el a harmadik negyedévben, ezek között kiemelt helyet foglal el Afrika/Közel-Kelet, Ázsia (Japán kivételével) és Latin-Amerika. A kelet-európai régió jelentős szerves árbevétel-növekedést ért el.

Az **érett piacokon** összességében erős volt a teljesítmény. Különösen az észak-amerikai régióban a Laundry & Home Care üzletág ért el nagyon erőteljes szerves árbevétel-növekedést. Ez a fejlődés részben a második negyedév felzárkózási hatásainak tulajdonítható. A nyugat-európai régióban az árbevétel fejlődése jó volt. Az ázsiai-csendes-óceáni térség érett piacain a növekedés kétszámjegyű tartományban volt.

A Csoport nettó eszközei és pénzügyi helyzete

A vizsgált időszakban 2020. június 30-hoz képest nem történt lényeges változás a Csoport nettó eszközeiben és pénzügyi helyzetében.

A Henkel-csoport kilátásai

2020. április 7-én – a COVID-19 járvány erőteljes terjedése és az év folyamán a világgazdaság hatásával és fejlődésével kapcsolatos bizonytalanság eredményeként – a Henkel AG & Co. KGaA úgy döntött, hogy a továbbiakban nem tartja fenn a 2019-es éves jelentésében megfogalmazott 2020-ra vonatkozó előrejelzését.

2020 első kilenc hónapjának üzleti fejlődése és a negyedik negyedéves üzleti teljesítményre vonatkozó jelenlegi feltevések alapján a Henkel AG & Co. KGaA igazgatósága jóváhagyta az új előrejelzést a 2020-as pénzügyi évre.

A COVID-19 járvány következményei miatt a jelenlegi előrejelzések szerint 2020-ban a világgazdaság erősen negatív fejlődésre számít. Az új kilátások azon a feltételezésen alapulnak, hogy a negyedik negyedévben az ipari kereslet és az üzleti tevékenység a Henkel számára fontos területeken a negyedik negyedévben az előző év alatt marad, de jelentősen nem romlik. A döntő tényező ebben az összefüggésben a globális fertőzési arány jövőbeli alakulása és a járványhoz kapcsolódó korlátozások további fejlődése lesz. A fentiek alapján a Henkel azt feltételezi, hogy 2020 negyedik negyedévében nem lesznek messzemenő lezárások a vállalat számára nélkülözhetetlen központi régiókban.

Ezeket a tényezőket figyelembe véve a **Henkel Csoport** most -1,0 és -2,0 százalék közötti **szerves árbevétel-növekedésre** számít a 2020-as pénzügyi évre vonatkozóan.

Az **Adhesive Technologies** üzletág esetében, amelyet valószínűleg számottevően befolyásol az általános ipari kereslet és különösen az autópár drasztikus csökkenése, a Henkel a szerves árbevétel növekedését -5,5 és -6,5 százalék közötti tartományban várja. A **Beauty Care** üzletág esetében a Henkel jelenleg a szerves árbevétel növekedését -2,0 és -3,0 százalék közötti tartományban várja. A Fodrász Szalon üzleti területnek a világjárvány miatt bekövetkező jelentős visszaesése a teljes pénzügyi évben hatással lesz erre az üzletágra, miközben a Márkás Fogyasztási Cikkek üzleti területen növekedés várható. A **Laundry & Home Care** terén a Henkel +4,5 és +5,5 százalék közötti szerves árbavétel-növekedésre számít.

Várakozásaink szerint a Henkel-csoport nominális árbevétel-növekedéséhez való hozzájárulás a 2019-es és 2020-as akvizíciókból származóan az alacsony egyszámjegyű százalékos tartományban lesz. A külföldi pénznemben történő értékesítés átszámítása várhatóan negatív hatással bír majd az alacsony és közepes egyszámjegyű százalékos tartományban.

Csoportszinten a Henkel **korrigált árbevétel-arányos megtérülés (EBIT-marzs)** elérésére 13,0 és 13,5 százalék közötti tartományban számít. Az **Adhesive Technologies** üzletág esetében 14,5 és 15,0 százalékos az EBIT-marzs elérésére, a **Beauty Care** esetében 10,0 és 10,5 százalék közötti, a **Laundry & Home Care** esetében pedig 15,0 és 15,5 százalék közötti tartományban számít. Az ipari és a Fodrász Szalon üzleti területeken történő világjárvány miatti csökkenés negatív hatással lesz a korrigált EBIT-marzsra. Mint ahogy az év elején bejelentésre került, a Henkel növeli a marketingbe, a reklámba, a digitalizációba és az informatikába irányuló beruházásait is.

Az elsőbbségi részvények korrigált hozama (EPS) állandó árfolyamon várhatóan -18,0 és -22,0 százalék közötti tartományban csökken.

Ezenkívül a következő elvárásaink vannak 2020-ra vonatkozóan:

- 250-300 millió eurós újjászervezési költségek.
- Az ingatlanok, gépek és berendezések, valamint az immateriális javak befektetéseiből származó pénzeszköz-kiáramlások 650 és 700 millió euró közöttiek.

A Henkelről

A Henkel világszerte kiegyensúlyozott és változatos portfólióval működik. Az erőteljes márkáknak, innovációknak és technológiáknak köszönhetően a társaság vezető pozíciókat foglal el három üzletágával mind az ipari, mind a fogyasztási cikkek terén. A Henkel Adhesive Technologies üzletága globális vezető szerepet tölt be a ragasztók piacán. A Henkel Laundry & Home Care és a Beauty Care üzletágaival számos piacon és kategóriában vezető szerepet tölt be, szerte a világon. Az 1876-ban alapított Henkel több mint 140 éves sikert tudhat maga mögött. A Henkel 2019-ben több mint 20 milliárd euró árbevételt és több mint 3,2 milliárd euró korrigált üzemi eredményt ért el. A Henkel világszerte több mint 52 000 embert foglalkoztat – sokszínű csapat, amelyet erős vállalati kultúra, közös vállalati cél és azonos értékek egyesítenek. Mint a fenntarthatóság terén elismert vezető vállalat a Henkel számos nemzetközi indexben és rangsorban az első helyet foglalja el. A Henkel elsőbbségi részvényeit a német DAX tőzszeindexben jegyzik. További információért kérjük, látogasson el a Henkel angol nyelvű honlapjára: www.henkel.com.

Ez a dokumentum nyilatkozatokat tartalmaz, a jövőbeli üzleti fejlődésre, a pénzügyi teljesítményre és a Henkel számára jövőbeli eseményekre vagy fejleményekre vonatkozóan, amelyek előrettekintő nyilatkozatoknak minősülhetnek. A jövőre vonatkozó állításokat olyan és hasonló szavakkal fejezzük ki, mint a „vár”, „szándékozik”, „tervez”, „jósol”, „feltételez”, „vél”, „becsül” és hasonló kifejezések. Ez az információ előrettekintő megállapításokat tartalmaz, amelyek Henkel AG & Co. KGaA vállalat vezetésének jelenlegi becslésein és feltételezésein alapulnak. Az ilyen állítások semmiképpen sem értelmezendők úgy, hogy azok garanciát jelentenének az általuk kifejezett várakozások pontos teljesülésére. A Henkel AG & Co. KGaA és leányvállalatainak jövőbeli teljesítménye és ténylegesen elért eredményei számos kockázattól és bizonytalanságtól függenek, ezért így lényegesen eltérhetnek a jövőre vonatkozó állításoktól. Sok ilyen tényezőre nincs befolyása a Henkelnek, és ezek előre nem becsülhetők fel pontosan, mint például a jövőbeli 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 kiegészítő pénzügyi mutatókat tartalmaz, amelyeket az alkalmazandó pénzügyi beszámolási keret nem határoz meg egyértelműen, és amelyek alternatív teljesítménymutatók lehetnek (nem GAAP-mutatók). A Henkel nettó eszközállományának, pénzügyi helyzetének és működési eredményeinek értékelésekor ezeket a kiegészítő pénzügyi mutatókat nem szabad külön-külön vagy a konszolidált pénzügyi kimutatásaiban alkalmazandó pénzügyi beszámolási keretekkel összhangban bemutatott pénzügyi mutatók alternatívájaként tekinteni. Más, hasonlóan megnevezett alternatív teljesítménymutatókat jelentő leíró vállalatok eltérő módon számíthatják ki őket.

Ezt a dokumentumot csak tájékoztató jellegű, és nem minősül befektetési tanácsadásnak, vagy értékpapírokra vonatkozó eladási ajánlatnak, vagy vásárlásra való felkérésnek.

Pénzügyi naptár

2020-ra vonatkozó pénzügyi jelentés publikáció: 2021. Március 4.

Henkel AG & Co. KGaA Éves Közgyűlés: 2021. Április 16.

Kapcsolatok

Befektetők & elemzők

Lars Korinth

Tel: +49 (0) 211 797-1631

E-mail: lars.korinth@henkel.com

Mona Niermann

Tel: +49 (0) 211 797-7151

E-mail: mona.niermann@henkel.com

Dorothee Brinkmann

Tel: +49 (0) 211 797-5299

E-mail: dorothee.brinkmann@henkel.com

www.henkel.com/press

www.henkel.com/ir

Dispiter Dorottya

Tel: (1) 372-5555

E-mail: vallalati.kommunikacio@henkel.com

Henkel Magyarország Kft.

Vállalati kommunikáció

Sajtó & Média

Lars Witteck

Tel: +49 (0) 211 797-2606

E-mail: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Tel: +49 (0) 211 797-1875

E-mail: wulf.klueppelholz@henkel.com

Jennifer Ott

Tel: +49 (0) 211 797-2756

E-mail: jennifer.ott@henkel.com