2021 március 4.

A Henkel osztalékot javasol az előző év szintjén

A Henkel átfogó robusztus teljesítményt nyújtott a 2020-as üzleti évben, a COVID-19 világjárvány jelentős hatása ellenére

* **Kiegyensúlyozott portfólió, erős innovációk, pénzügyi erő és elkötelezett csapat,**
**mint a globális válságban a stabil üzleti teljesítmény kulcsfontosságú elősegítői**
* **2020-as eredmények az egész éves előrejelzés felső szegmensében:**
	+ **A csoport árbevétele eléri a 19,3 milliárd eurót, szervesen: -0,7 százalék**
	+ **EBIT marzs\* 13,4 százalékon, -260 bázispont,
	amely 2,6 milliárd euró üzemi eredménynek felel meg**
	+ **Az elsőbbségi részvények korrigált hozama (EPS)\*: 4,26 euró,
	-17,9 százalék állandó árfolyamon**
* **Nagyon erős, 2,3 milliárd euró szabad cash flow,**
**a nettó pénzügyi helyzet jelentősen javult**
* **Javasolt osztalék az előző év szintjén: 1,85 euro elsőbbségi részvényenként**
* **A célzott növekedés akciótervének végrehajtása a megfelelő mederben halad,**
**világos ütemterv a további végrehajtáshoz 2021-ben és azon túl**
* **2021-es kilátások:**
	+ **Szerves árbevétel-növekedés: 2,0-5,0 százalék**
	+ **EBIT marzs\*: 13,5-14,5 százalék**
	+ **Az elsőbbségi részvények korrigált hozama (EPS)\*: 5,0 és 15,0 százalék közötti növekedés, állandó árfolyamon**



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

**Düsseldorf - „Annak ellenére, hogy a globális gazdaság a COVID-19 járvány következtében visszaesett, 2020-ban minden üzletágban átfogó, megbízható teljesítményt nyújtottunk. Az egész év során üzleti eredményeink az előrejelzésünk felső szegmensében voltak. Kiegyensúlyozott portfóliónknak, sikeres innovációinknak és pénzügyi erőnknek, valamint munkatársaink kiemelkedő elkötelezettségének köszönhetően értük ezt el világszerte. Szeretném megköszönni mindannyiuknak ebben a valóban kihívásokkal teli évben nyújtott kitűnő hozzájárulást” – mondta Carsten Knobel, a Henkel igazgatóságának elnöke.**

**„19,3 milliárd eurós árbevételt könyvelhettünk el, amely szerves értelemben valamivel elmarad az előző évi szinttől, és nyereséges üzleti tevékenységet tartottunk fenn, 13,4 százalékos korrigált EBIT-marzs mellett. Ezenkívül nagyon erős, 2,3 milliárd eurót meghaladó szabad cash flow-t termeltünk, szinte az előző év rekordszintjén. Ezen robusztus eredmények és az erős pénzügyi bázisunk alapján stabil osztalékot javaslunk részvényeseinknek a közelgő éves közgyűlésen. Az elmúlt 35 év tőzsdei részvétel alatt, a Henkel mindig olyan osztalékot fizetett, amely meghaladta az előző évit vagy legalábbis egy szinten volt az előző évivel” – tette hozzá Knobel.**

**„A COVID-19 válság idején rugalmasan és gyorsan alkalmazkodtunk piacaink változásaihoz, és munkatársaink biztonsága volt a legfontosabb prioritás. Ugyanakkor sikeresen elindíthattuk és irányíthattuk stratégiai akciótervünket az összes pilléren: nyerő portfólió kialakításában, versenyképességünk megerősítésében a hatásos innovációk felgyorsításával, a fenntarthatóság még további, minden tevékenységünkbe történő szilárd integrálásával, és a digitális átalakulás előmozdításával valamint a jövőre felkészített működési modellek biztosításával. De ami a legfontosabb számomra, megerősítettük együttműködési kultúránkat, és erőteljes lendületet generáltunk a változásokhoz, amelyek lehetővé teszik számunkra a kiváló teljesítmény és a céltudatos növekedés elérését – ügyfeleink és fogyasztóink, vállalatunk, munkatársaink és részvényeseink, valamint a társadalom és a bolygó számára.”**

**Az Adhesive Technologies üzletág az előző év szintje alatti árbevételről számolt be, ami a kulcsfontosságú iparágak részéről a kereslet jelentős csökkenését tükrözi. A portfólió szélességének és a sikeres innovatív megoldásoknak köszönhetően azonban az üzletág bebizonyította szilárdságát a globális gazdasági visszaesés ellenére.**

**A Beauty Care szerves árbevételének alakulása az előző évi szint alatt maradt, amelyet a kényszerbezárások miatt a Fodrász Szalon tevékenysége erősen befolyásolt, míg a kiskereskedelmi üzlet jó növekedést ért el, amelyet a csúcsmárkák sikeres fejlesztése, valamint a legfontosabb fogyasztói trendeket megcélzó új termékbevezetések támogattak.**

**A Laundry & Home Care üzletág nagyon erőteljes szerves árbevétel-növekedést ért el, köszönhetően mind a higiéniai termékek iránti kereslet növekedésének, mind pedig a sikeres innovációknak, amelyek a fenntarthatóbb termékek iránti megnövekedett keresletet is szolgálták.**

**Miután a járvány és az ehhez kapcsoló leállások súlyosan érintették az árbevételt a második negyedévben az Adhesive Technologies és a Beauty Care üzletágban, 2020 második felében mindhárom üzletág jó szerves növekedést jelentett az előző évhez képest. A fogyasztási cikkekkel foglalkozó üzletágak, a Beauty Care és a Laundry & Home Care fejlesztését a márkákba, az innovációkba és a digitalizációba eszközölt megnövekedett beruházások is támogatták.**

**Csoportszinten a korrigált üzemi eredmény (EBIT) -19,9 százalékkal, 2,6 milliárd euróra csökkent. A korrigált árbevétel-arányos megtérülés (EBIT marzs) 13,4 százalék, amely -2,6 százalékponttal alacsonyabb 2019-hez képest. Az elsőbbségi részvények korrigált hozama 4,26 euró volt, ami -17,9 százalékos visszaesést jelent állandó árfolyamon.**

**„Eredményünk alakulása tükrözi megnövekedett befektetéseinket, amelyeket 2020 elején jelentettünk be és amelyhez a válság ellenére is ragaszkodtunk. A kulcsfontosságú üzleti szegmensekben a kereslet csökkenése a COVID-19 válság idején szintén negatívan befolyásolta jövedelmezőségünket. A sikeres költséggazdálkodásnak és a továbbfejlesztett működési modellek megvalósításának köszönhetően azonban részben enyhíteni tudtuk a válság eredményünkre kifejtett hatásait” – mondta Carsten Knobel.**

**„A jelenlegi válság kezelésével továbbra is teljes mértékben elkötelezettek vagyunk az elkövetkező évekre vonatkozó, ambiciózus növekedést célzó cselekvési tervünk mellett. A jövőt tekintve minden eddiginél magabiztosabbak vagyunk abban, hogy globális csapatunkkal végrehajtjuk a Céltudatos Növekedés akciótervünket, és sikeresen alakítjuk jövőnket."**

**Kilátások 2021-re**

**„Ahogy belépünk 2021-be, továbbra is nagy bizonytalansággal kell szembenéznünk, hogy miként alakul a járvány, milyen gyorsan haladnak az oltási erőfeszítések, és ez milyen hatással lesz a sok országban jelenleg hatályos korlátozásokra. Arra számítunk, hogy az ipari kereslet, valamint a vállalatunk számára releváns fogyasztói szegmensek, különösen a Fodrász Szalon terület helyreáll. Ugyanakkor úgy gondoljuk, hogy a fogyasztói kereslet normalizálódik azokban a kategóriákban, amelyekben a kereslet a világjárvány miatt nagyobb volt. Ezenkívül feltételezzük, hogy az első negyedév során számos kulcsfontosságú piacon megszüntetik a jelenlegi korlátozásokat, és az év hátralévő részében nem lesznek széleskörű leállások a kiskereskedelmi és ipari vállalkozások, valamint a termelő létesítmények esetében” – mondta Carsten Knobel.**

**Ezen feltételezések alapján a Henkel 2021-es üzleti évben az árbevétel és eredmény növekedését várja. Csoportszinten a vállalat 2,0–5,0 százalékos szerves árbevétel növekedésre számít, a korrigált árbevétel-arányos megtérülést (EBIT-marzs) 13,5–14,5 százalékos tartományban várja. Az elsőbbségi részvények korrigált hozama (EPS) vonatkozásában, állandó árfolyamon számolva a Henkel 5,0 és 15,0 százalék közötti növekedést vár**.

**Csoport-szintű árbevétel és eredmény a 2020-as üzleti évben**

A 2020-as üzleti évben a Henkel-csoport **árbevétele** 19.250 millió eurót tett ki, ami -4,3 százalékkal volt alacsonyabb az előző év azonos időszakához képest. A **szerves** árbevétel-alakulás -0,7 százalékos volt, amely nem foglalja magába a árfolyamhatások és a felvásárlások/befektetés megszüntetések hatásait. A felvásárlásokból és befektetés-megszüntetésekből származó hozzájárulások mértéke 0,3 százalék volt. Az árfolyamhatások

 -3,9 százalékos negatív eredményt gyakoroltak az árbevételre.

A COVID-19 járvány következtében a kulcsfontosságú iparágak keresletének jelentős csökkenése fényében az **Adhesive Technologies** üzletág a szerves árbevétel -4,2 százalékos csökkenéséről számolt be. A **Beauty Care** üzletágban az árbevétel szervesen

-2,8 százalékkal az előző évi szint alatt volt, amelyet különösen a Fodrász Szalon kihívásai befolyásoltak számos kulcsfontosságú régióban és piacokon a járvány miatt, míg a kiskereskedelmi terület jó növekedést ért el. A **Laundry & Home Care** üzletág nagyon markáns, 5,6 százalékos szerves árbevétel növekedést könyvelhetett el. A fejlődés motorját az erőteljes újítások és a járvány okozta, higiéniai termékek iránti megnövekedett kereslet jelentette.

A **feltörekvő piacok** 3,0 százalékos szerves árbevétel-növekedést értek el. Szerves árbevételünk az **érett piacokon** -3,2 százalékkal csökkent.

A rendkívüli verseny jellemezte piaci környezetben, **Nyugat-Európában** az árbevétel -4,4 százalékos csökkenést mutatott. **Kelet-Európa** 7,1 százalékos szerves növekedést ért el. **Afrikában/a Közel-Keleten** az árbevétel szerves növekedése 7,0 százalék volt. **Észak-Amerikában** a szerves árbevétel -2,2 százalékkal csökkent. **Latin-Amerikában** a szerves árbevétel 0,5 százalékkal csökkent. Az **ázsiai-csendes-óceáni** térségben az árbevétel szervesen -1,6 százalékkal csökkent.

A **korrigált üzemi eredmény (korrigált EBIT**) összege 2579 millió euró volt 2020-ban, a 2019-es üzleti év 3220 millió eurós összege után (-19,9 százalék).

A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés (korrigált EBIT marzs)** 13,4 százalék volt, -2,6 százalékponttal alacsonyabb az előző évinél. A fejlődést befolyásolták a marketingbe és a reklámozásba, valamint a digitális és informatikai beruházásokba eszközölt nagyobb beruházások is.

Az **elsőbbségi részvények korrigált hozama** -21,5 százalékkal csökkent a 2019-as pénzügyi év 5,43 eurós összegéről 4,26 euróra. Állandó árfolyamon az elsőbbségi részvények korrigált hozama -17,9 százalékkal csökkent.

A **nettó forgótőke** jelentősen javult az árbevétel 0,7 százalékáig, szemben az előző év azonos időszakának 3,9 százalékával.

A **szabad cash flow** továbbra is nagyon erős volt. 2338 millió euróval majdnem elérte az előző évi szintet (2019: 2471 millió euró).

2020. december 31-én a Henkel **nettó pénzügyi helyzete** jelentősen javult -888 millió euróra (2019. december 31.: -2047 millió euró).

Az igazgatóság, a felügyelő bizottság és a részvényesek bizottsága ugyanazt az **osztalékot** javasolja a 2021. április 16-án megtartandó éves közgyűlésnek, mint az előző évben, azaz 1,85 eurót elsőbbségi részvényenként és 1,83 eurót törzsrészvényenként. Ez 43,7 százalékos kifizetési aránynak felel meg, amely meghaladja a 30-40 százalékos céltartományt, tükrözve a COVID-19 járvány által az eredményre nehezedő terhek különleges jellegét. Ez a kifizetés nem utolsósorban a Henkel-csoport erős pénzügyi bázisának és alacsony nettó pénzügyi adósságának köszönhető. A Henkel osztalékpolitikája a továbbiakban változatlan marad.

**Az üzletágak teljesítménye a 2020-as pénzügyi évben**

A 2020-as pénzügyi évben az **Adhesive Technologies** üzletág **árbevétele** elérte a 8684 millió eurót, ami nominálisan -8,2 százalékkal maradt el az előző évi szinttől. **Szervesen** az árbevétel alakulása -4,2 százalék volt. Különösen az év első felét érintette erősen a COVID-19 járvány. Az év második felében azonban minden üzleti szegmensben és régióban fellendült a kereslet. A **korrigált üzemi eredmény** összege elérte az 1320 millió eurót (előző év: 1712 millió euró). A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés** 15,2 százalék volt, amely alacsonyabb, mint a 2019 évi szint. A fedezet csökkenése elsősorban a világjárvány miatt jelentősen alacsonyabb értékesítési volumennek tudható be.

A **Beauty Care** üzletágban a 2020-as üzleti évben a **szerves** **árbevétel** -2,8 százalékkal csökkent. Névlegesen az árbevétel -3,2 százalékkal alacsonyabb volt az előző évinél, elérve a 3752 millió eurót. A tendencia elsősorban annak köszönhető, hogy a COVID-19 járvány negatívan hatott a Fodrász Szalonra, míg a Kiskereskedelmi terület általában jó szerves árbevétel-növekedést ért el. A **korrigált üzemi eredmény** összege elérte a 377 millió eurót (előző év: 519 millió euró). A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés** elérte a 10,0 százalékot, amit a Fodrász terület csökkenő értékesítési volumene, valamint a marketingbe és a reklámozásba, illetve a digitális és informatikai eszközökbe irányuló nagyobb befektetések befolyásoltak.

A **Laundry & Home Care** üzletág 5,6 százalékos **szerves árbevétel** növekedést könyvelhetett el a 2020-as pénzügyi évben. A nominális árbevétel 0,7 százalékos növekedést mutatott és elérte a 6704 millió eurót. A **korrigált üzemi eredmény** elérte az 1004 millió eurót. (Előző év: 1096 millió euró). A 15,0 százalékos, **korrigált árbevétel-arányos megtérülés** a 2019-es szintnél alacsonyabb volt, főként a marketingbe és reklámozásba, valamint a digitális és az informatikai eszközökbe irányuló nagyobb beruházások miatt.

**„Célzott növekedés” akcióterv: Nagy lendület**

2020 márciusának elején a Henkel bemutatta a vállalat következő évekre szóló növekedési menetrendjét, amely a következőkre összpontosít: a sikeres portfólió kialakítására, a versenyelőny megerősítésére, különösen az innováció, a fenntarthatóság és a digitalizáció területén, a jövőorientált működési modellek kialakítására, valamint erős és együttműködő vállalati kultúra megteremtésére. „Ez a stratégiai keret segít abban, hogy megnyerjük a következő évtizedet a Henkel számára, egyértelmű hangsúlyt fektetve a célzott növekedésre. Annak ellenére, hogy 2020-ban a válságkezelésre összpontosítottunk, bemutathattuk növekedési menetrendünket és elkezdhettük annak végrehajtását. Elhatároztuk, hogy 2021-ben és az elkövetkező években további előrelépéseket fogunk elérni” – mondta Carsten Knobel.

A Henkel jövőbeli irányának kulcseleme az **aktív portfóliókezelés**. A Henkelnek vannak, elsősorban a fogyasztói üzletágaiban olyan márkái és termékkategóriái, melyeknek teljes forgalma meghaladja az egymilliárd eurót, és körülbelül 50 százalékuk megszűnik vagy eladásra kerül 2021-ig. A fennmaradó márkák és üzleti tevékenységek várhatóan fenntartható teljesítmény-javulást mutatnak. 2020-ban e márkák és üzleti tevékenységek bevételei alapjának már 60 százaléka javította az ütemtervet.

A 2020-as piaci bizonytalanságok ellenére a Henkel már több mint 100 millió euró éves árbevétel volumenű megállapodásokat írt alá eladásokról, az értékesítés befejezéséről vagy az üzleti tevékenységek megszüntetéséről. A Henkel aktív portfóliókezelésével kapcsolatban 2020-ban mintegy 300 millió euró költséget könyvelt el, az eladandó vagy megszüntetendő vállalkozásokra.

Ugyanakkor a Henkel **M&A** révén megerősítette portfólióját markáns mérlegének felhasználásával. 2020-ban a Henkel két akvizíciót kötött és zárt le, összesen mintegy 500 millió eurós vételárral a Beauty Care és Adhesive Technologies területén.

**Versenyképességének** további erősítése érdekében a Henkel a hatásos **innovációk** felgyorsítására, a **fenntarthatóság** mint megkülönböztető tényező megerősítésére, és a **digitális** átalakulás előmozdítására összpontosít.

2020-ban a Henkel mintegy 200 millió euróval növelte **beruházásait** 2019-hez képest (350 millió euró 2018-hoz képest) a márkák, technológiák és innovációk megerősítésére, valamint a vállalat digitális átalakításának felgyorsítására. A beruházások első kézzelfogható eredményei már láthatók: A Henkel képes volt növelni piaci részesedését számos kulcsfontosságú piacon és kategóriában. A vállalat tovább gyorsította innovációs folyamatait és új termékek piacra dobását. Ez segített például gyorsan reagálni a higiéniai, a fertőtlenítő- és tisztító termékek iránti kereslet erőteljes növekedésére. Az újítások olyan fontos trendekre irányultak, mint a higiénia, a természetesebb és fenntarthatóbb termékek, és a nagyobb kényelem.

Az **innováció** felgyorsítása és az **új üzleti modellek** kifejlesztése érdekében a Beauty Care and Laundry & Home Care fogyasztói üzletágak belső inkubátor csapatokat hoztak létre, ötvözve az agilis munkamódszereket egy globális vállalat méretével és szakértelmével: A „Fritz Beauty Lab”, amelyet a vállalat alapítója, Fritz Henkel ihletett, célja a meglévő márkák növekedési potenciállal rendelkező területeinek vagy a fehér foltoknak a meghatározása teljesen új márkák létrehozása. A Laundry & Home Care üzletág új fenntarthatósági ötletgyárat is indított a Love Nature ernyőmárka alatt, amely a fenntartható megoldásokra összpontosít a Laundry & Home Care kategóriáiban. Az Adhesive Technologies területén a Henkel folytatta a legkorszerűbb innovációs beruházásait düsseldorfi központjában. A 130 millió eurós összberuházású központ hamarosan elkészül, és 2021 első felében megkezdi működését.

A **fenntarthatóság** a Henkel egyik nagy erőssége. A vállalat vezető szerepet tölt be ezen a téren, amelyet rendszeresen megerősítenek a minősítések és rangsorolások. Erre az erős eredményre építve a Henkel célja a fenntarthatóság kihasználása megkülönböztető versenyképességi tényezőként. 2020-ban a Henkel sikeresen folytatta a fenntarthatóság integrálását minden üzleti tevékenységébe, és a teljes értéklánc mentén előrelépést ért el. A Henkel olyan új termékeket dobott piacra, amelyek megfelelnek a természetes és fenntartható termékekkel szemben támasztott növekvő fogyasztói elvárásoknak. Ide tartoznak például a Nature Box és a N.A.E. Beauty Care márkák szilárd formájú haj-és testápolási termékei. A Laundry & Home Care üzletágban kibővült a Pro Nature termékkínálat és a Love Nature többkategóriás, fenntartható márka sikeres bevezetése. Az Adhesive Technologies egy új technológiát fejlesztett ki a Loctite márkanév alatt, amely lehetővé teszi a polietilén cseréjét az élelmiszer- és egyéb csomagolásokban lévő papírral. A fenntarthatóbb termékek újításain túl a Henkel virtuális áramvásárlási szerződést kötött megújuló forrásokból származó energiára, amely fedezi a Henkel összes észak-amerikai telephelyének energiaigényét. És a Henkel volt az első vállalat, amely mintegy 100 millió euró összegű műanyaghulladék-csökkentési kötvényt bocsátott ki a műanyag hulladék teljes értéklánc mentén történő csökkentését célzó intézkedések finanszírozására. A kötvény hangsúlyozza a Henkel elkötelezettségét a körkörös gazdaság előmozdítása, a műanyag hulladék csökkentése, valamint a Fenntartható Pénzügyek mellett.

A Henkel arra törekszik, hogy 2010 és 2030 között megháromszorozza **működése, termékei és szolgáltatásai értékét** az ökológiai lábnyomához képest. E hosszú távú cél felé vezető úton a Henkel középtávú célokat határozott meg 2020-ra. A vállalat a legtöbb dimenzióban képes volt elérni a kitűzött célokat. Összességében a Henkel 2020-ban 64 százalékkal javította erőforrás-hatékonyságát 2010-hez képest.

Az innováció és a fenntarthatóság mellett a Henkel versenyelőnye megerősítésének másik kulcsfontosságú mozgatórugója, hogy a **digitalizálást** minden üzletágban ügyfél- és fogyasztói értékteremtő tényezővé formálják. Ennek a folyamatnak az engedélyezésére és felgyorsítására a Henkel egy új egységet hozott létre 2020-ban, ez a Henkel Digital Business, vagy röviden Henkel dx. Itt a digitalizációt, az üzleti folyamatmenedzsmentet és az informatikai szakértelmet egy globális szervezetben egyesül. A Henkel dx tavaly megnyitotta első innovációs központját Berlinben, és a jövőben további központokkal kívánja bővíteni globális hálózatát. 2020 folyamán a digitális csatornákon belüli értékesítések aránya jelentősen megnőtt, és minden üzletág profitált ebből. Összességében a Henkel digitális értékesítése körülbelül 20 százalékkal nőtt, a fogyasztói üzleti tevékenységekkel együttesen több mint 60 százalékos növekedést értek el. Csoportszinten a digitális részarány az összértékesítésben tovább nőtt, és mintegy 15 százalékra emelkedett.

A karcsú (lean), gyors és jövőre felkészített **működési modellek** a Henkel stratégiai keretének fontos elemei. Ennek biztosítása, valamint a versenyképesség és a hatékonyság javítása érdekében a vállalat folyamatosan adaptálja a folyamatokat és struktúrákat a vállalat egész területén, és szükség esetén átalakítja azokat. Ily módon az új üzleti modellek lehetővé válnak, a gyorsabb döntéshozatal révén növekszik az ügyfelek és a fogyasztók közelsége és tovább nő a vállalat hatékonysága. Az Adhesive Technologies üzletágban 2020-ban bevezetett új szervezeti struktúrák révén a Henkel még jobban meg tudta szólítani és ki tudta szolgálni az egyes ügyfélszegmenseket és piacokat. A Beauty Care és Laundry & Home Care üzletágakban a Henkel további szervezeti változtatásokat hajtott végre, hogy lehetővé tegye az erősebb regionális összpontosítást, és hogy növelje az ügyfelek és a fogyasztók közelségét.

A Henkel vállalati kultúrájának továbbfejlesztése és a **kulturális átalakulás** felgyorsítása áll a Henkel „Célzott növekedés” akciótervének középpontjában. A cél az együttműködés kultúrájának elősegítése. A hangsúly a munkavállalók kreativitási lehetőségeire és a vezetői elkötelezettségre irányul. 2020-ban a Henkel számos intézkedést indított az együttműködés és az egyén szabadságának előmozdítása érdekében, az alkalmazottak továbbképzésének elősegítésében: a jövő szempontjából fontos készségek figyelembevételével lehetőséget biztosítva számukra, hogy személyesen és szakmailag fejlődjenek. A Henkel globális „Organizational Health” felmérést végzett, hogy azonosítsa az erősségeket és a fejlesztendő területeket, valamint alakítsa a jövőbeli kulturális változásokat. A kultúra folyamatos adaptálására és fejlesztésére, valamint a vonzó, választott munkaadói státusz megőrzésére irányuló erőfeszítések a kulcsfontosságú munkáltatói hírnév rangsorolásában és referenciaértékeinek jelentős javulásában is tükröződtek.

„Büszke vagyok a stratégiai akciótervünk végrehajtása terén elért előrelépésekre, miközben egy világjárvánnyal küzdünk. Lenyűgözött üzleti tevékenységeink rugalmassága, amely lehetővé tette számunkra, hogy robusztus üzleti teljesítményt érjünk el és tovább erősítsük pénzügyi alapjainkat. De a legfontosabb érzés a hála és a szívből jövő tisztelet a Henkel munkatársai iránt. A 2020-ban mutatott teljesítmény, együttműködés és pozitív hozzáállás meghatott és inspirált. Szeretnék köszönetet mondani mindannyiuknak felbecsülhetetlen hozzájárulásukért ebben a rendkívüli évben” – foglalta össze Carsten Knobel.

**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 – valamennyi iparági szegmensben, világszerte. 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 2020-ban több mint 19 milliárd euró árbevételt és mintegy 2,6 milliárd euró korrigált üzemi eredményt ért el. A Henkel világszerte mintegy 53 000 embert foglalkoztat – lelkes és sokszínű csapat, amelyet erős vállalati kultúra, a fenntartható érték létrehozásának közös célja 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 tőzsdeindexben jegyzik. További információért kérjük, látogasson el a Henkel angol nyelvű honlapjára: www.henkel.com.

Ez a tájékoztatás a jövőre vonatkozó állításokat tartalmaz, amelyek a Henkel AG & Co. KGaA vállalati vezetősége jelenlegi becslésein és feltételezésein alapulnak. A jövőre vonatkozó állításokat olyan és hasonló szavakkal fejezzük ki, mint a „vár”, „szándékozik”, „tervez”, „jósol”, „feltételez”, „vél”, „becsül” 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 kapcsolt vállalkozásainak jövőbeli teljesítménye és tényleges eredményei számos kockázat és bizonytalanság függvényei, és így jelentősen eltérhetnek a jövőre vonatkozó állításoktól. 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 - az alkalmazandó pénzügyi beszámolási keretrendszerben nem egyértelműen meghatározva - tartalmazza azokat a kiegészítő pénzügyi intézkedéseket, amelyek alternatív teljesítménymutatók, vagy azok lehetnek (nem GAAP-intézkedések). Ezeket a kiegészítő pénzügyi intézkedéseket nem szabad külön-külön vagy a Henkel nettó eszközeinek, illetve pénzügyi pozícióinak vagy eredményeinek vagy ezek alternatíváinak tekinteni, a konszolidált pénzügyi kimutatásaiban szereplő vonatkozó pénzügyi beszámolási keretrendszer szerint. Más, hasonlóan megnevezett alternatív teljesítménymutatókat jelentő vagy leíró vállalatok eltérő módon számíthatják ki őket.

Ezt a dokumentumot csak tájékoztatási célból bocsátották ki, és nem célja befektetési tanácsadás, vagy értékpapírokra vonatkozó eladási ajánlat, vagy vételi ajánlat kérése.

About Henkel

**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 Email: lars.witteck@henkel.com

**Mona Niermann Wulf Klüppelholz**

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

Email: mona.niermann@henkel.com Email: wulf.klueppelholz@henkel.com

**Jennifer Ott**

Tel: +49 211 797 - 2756

Email: jennifer.ott@henkel.com

**Manuel Bösing**

Tel: +49 211 797 - 6459

Email: manuel.boesing@henkel.com

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

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

Henkel Magyarország Kft.

Vállalati kommunikáció

**Dispiter Dorottya**

Tel: (1) 372-5555

Email: vallalati.kommunikacio@henkel.com