4. března 2021

Společnost Henkel navrhne výplatu dividend na úrovni předchozího roku

Společnost Henkel dosáhla ve fiskálním roce 2020 celkově silného výkonu, a to i přes značný negativní dopad pandemie COVID-19

* **Vyrovnané portfolio, výrazné inovace, finanční síla a odhodlaní zaměstnanci byli klíčem k silným obchodním výsledkům v čase globální krize**
* **Výsledky za rok 2020 v lepší časti celoročního výhledu:**
  + **Tržby na úrovni skupiny dosáhly 19,3 mld. eur, organicky -0,7 %**
  + **Marže EBIT[[1]](#footnote-2)\* na hodnotě 13,4 %, -260 bazických bodů, což odpovídá provoznímu zisku\* 2,6 mld. eur**
  + **Výnos na prioritní akcii (EPS)\*: 4,26 eur, -17,9 % při konstantních kurzových sazbách**
* **Velmi silný nárůst volného cash flow ve výši 2,3 mld. eur, čistá finanční pozice se významně zlepšila**
* **Navrhovaná výška dividendy na úrovni předcházejícího roku: 1,85 eur na prioritní akcii**
* **Pokračuje implementace agendy zaměřené na udržitelný růst. Pro její realizaci byl vypracován jasný plán pro rok 2021 a další nadcházející roky.**
* **Výhled na rok 2021:** 
  + **Organický růst tržeb: 2,0 až 5,0 %**
  + **Marže EBIT\*: 13,5 až 14,5 %**
  + **Výnos na prioritní akcii (EPS)\*: nárust v rozpětí od 5,0 do 15,0 % při konstantních směnných kurzech**

**Düsseldorf *– „Navzdory prudkému poklesu globální ekonomiky v důsledku pandemie COVID-19 jsme v roce 2020 dosáhli celkově silného výkonu ve všech obchodních divizích. Za celý rok byly výsledky v lepší polovině našeho celoročního výhledu. Dosáhli jsme toho díky našemu vyváženému portfoliu, úspěšným inovacím a finanční síle, stejně tak jako vynikajícímu nasazení našich zaměstnanců po celém světě. Rád bych jim všem poděkoval za vynikající přínos v tomto skutečně náročném roce, “*uvedl generální ředitel společnosti Henkel Carsten Knobel.**

***„Zaznamenali jsme tržby ve výši 19,3 miliard eur, což je organicky mírně pod úrovní předchozího roku, a udrželi jsme provozní ziskovost s upravenou marží EBIT ve výši 13,4 %. Rovněž jsme vygenerovali velmi silný volný cash flow přesahující 2,3 miliardy eur, který se přibližuje rekordní úrovni předchozího roku. Na základě těchto robustních výsledků a naší silné finanční základně navrhneme na nadcházející výroční valné hromadě našim akcionářům stabilní dividendu. Za posledních 35 let, od doby, kdy společnost Henkel vstoupila na burzu, vždy vyplácela dividendy nad úrovní nebo na úrovni předchozího roku, “dodal Knobel.***

***"Během krize COVID-19 jsme se pružně a rychle přizpůsobili změnám na našich trzích, přičemž bezpečnost zaměstnanců se stala prioritou." Současně jsme byli schopni úspěšně zahájit a řídit implementaci naší strategické agendy napříč všemi pilíři: formování vítězného portfolia, vytváření konkurenční výhody urychlením působivých inovací, prohlubování integrace principů udržitelnosti do všeho, co děláme, a řízením digitální transformace a zajištění provozních modelů připravených na budoucnost. Ale co je pro mě nejdůležitější, posílili jsme naši kulturu spolupráce a vytvořili silnou hybnou sílu pro změnu, která nám umožní poskytovat vynikající výkon a účelný růst jak pro naše zákazníky a spotřebitele, tak pro naši společnost, zaměstnance a akcionáře a také pro celou společnost a planetu. “***

**Za celý rok vykázala obchodní jednotka Adhesive Technologies tržby pod úrovní předchozího roku, což odráží výrazný pokles poptávky v klíčových průmyslových odvětví. Díky šíři svého portfolia a úspěšným inovativním řešením však divize prokázala svoji robustnost i pří globálním hospodářském poklesu.**

**Organický vývoj tržeb divize Beauty Care byl pod úrovní předchozího roku. Byl silně ovlivněn propadem v segmentu profesionální vlasové kosmetiky, způsobeným vynuceným uzavíráním. Maloobchod oproti tomu zaznamenal pozitivní růst. Důvodem byl úspěšný vývoj špičkových značek i uvedení nových produktů na trh, které reagují na klíčové spotřebitelské trendy.**

**Obchodní divize Laundry & Home Care dosáhla velmi silného organického růstu tržeb, k čemuž přispěl jednak nárůst poptávky po hygienických výrobcích a také úspěšné inovace, které rovněž zvýšily poptávku po udržitelnějších produktech.**

**Po silně negativním dopadu na tržby způsobené pandemií Covid-19 a s ní související odstávky, kterému divize Adhesive Technologies a Beauty Care čelily, vykázaly všechny tři obchodní jednotky ve druhé polovině roku 2020 kladný organický růst ve srovnání s předchozím rokem. Pozitivním přínosem při rozvoji podnikání se spotřebním zbožím divizí Beauty Care a Laundry & Home Care, byly zvýšené investice do značek, inovací a digitalizace.**

**Na úrovni skupiny se upravený EBIT snížil o 19,9 % na 2,6 miliardy eur. Upravená návratnost tržeb (marže EBIT) činila 13,4 procenta, což je o 2,6 procentního bodu méně než v roce 2019. Upravený výnos na preferovanou akcii činil 4,26 eura, což je pokles o -17,9 % při stálých směnných kurzech.**

***„Vývoj našich příjmů odráží naše zvýšené investice, které jsme navzdory krizi zvýšili, jak bylo oznámeno na začátku roku 2020. Klesající poptávka v klíčových obchodních segmentech během krize COVID-19 také negativně ovlivnila naši ziskovost. Díky našemu úspěšnému řízení nákladů a implementaci vylepšených provozních modelů se nám však podařilo částečně zmírnit dopad krize na naše obchodní výsledky, “*vysvětlil Carsten Knobel.**

***"I při zvládání současné krize, zůstáváme odhodláni naplňovat ambiciózní cíle udržitelného růstu i v následujících letech. " Při pohledu do budoucna jsme si jistější než kdy jindy, že s naším globálním týmem dokážeme naplnit cíle naší agendy pro smysluplný růst a úspěšně tak formovat naši budoucnost. “***

**Výhled na rok 2021**

***"I na začátku roku 2021 čelíme vysoké míře nejistoty, jak se bude pandemie nadále vyvíjet, jak rychle bude pokračovat očkování a jak to ovlivní rozšířená omezení v mnoha zemích." Očekáváme obnovení poptávky v průmyslu i v segmentu spotřebního zboží, které jsou pro naši společnost stěžejní, zejména v oboru kadeřnictví – segment profesionální vlasové kosmetiky. Zároveň věříme, že spotřebitelská poptávka se vrátí na normální úroveň v těch kategoriích, které v důsledku pandemie zaznamenaly snížení poptávky. Kromě toho předpokládáme, že v průběhu prvního čtvrtletí budou zrušena současná omezení na mnoha klíčových trzích a ve zbývající části roku nedojde k rozsáhlému odstávce maloobchodních a průmyslových podniků a výrobních zařízení, “*uvedl Carsten Knobel*.***

**Na základě těchto předpokladů společnost Henkel očekává růst tržeb a zisků ve fiskálním roce 2021. Společnost očekává organický růst tržeb o 2,0 až 5,0 % a upravenou návratnost tržeb (marži EBIT) v rozmezí 13,5 až 14,5 %. U upraveného zisku na preferovanou akcii (EPS) při stálých směnných kurzech Henkel očekává nárůst v rozmezí 5,0 až 15,0 %.**

**Tržby a výnosy za fiskální rok 2020 na úrovni skupiny**

**Obrat** skupiny Henkel dosáhl v roce 2020 hodnotu 19 250 milionů eur, což představuje meziroční pokles o 4,3 %. Růst **organických** tržeb, který vylučuje dopad měnových efektů a akvizic / prodejů, byl mírně negativní na úrovni 0,7 %. Příspěvek z akvizic a prodejů činil 0,3 %. Kurzový vývoj měl negativní dopad na tržby ve výši 3,9 %.

Z důvodu výrazného poklesu poptávky od klíčových průmyslových zákazníků v důsledku pandemie COVID-19 vykázala obchodní jednotka **Adhesive Technologies** záporný organický růst tržeb 4,2 %. V divizi **Beauty Care** se tržby organicky snížily o 2,8 %, zejména kvůli nepřiznivému vývoji v segmentu profesionální kosmetiky v mnoha klíčových regionech a trzích. Nepříznivý vývoj byl způsoben pandemií Covid-19, avšak maloobchod i v této době zaznamenal růst. Divize **Laundry & Home Care** dosáhla velmi silného organického růstu tržeb o 5,6 %. Tento vývoj byl tažen silnými inovacemi a zvýšenou poptávkou po hygienických výrobcích, který souvisel s pandemií.

**Rozvíjející se trhy** zaznamenaly organický růst tržeb ve výši 3,0 %. Oproti tomu **vyspělé trhy** vykázaly negativní vývoj organických tržeb na úrovni 3,2 %.

Na **západoevropských trzích,** kde i nadále přetrvává vysoko konkurenční prostředí, klesly organické tržby o 4,4 %. **Východní Evropa** zaznamenala nárůst organických tržeb o 7,1 %, v **Africe a na Středním východě** se tržby organicky zvýšily o 7,0 %. Na **severoamerických trzích** byl vývoj organických tržeb záporný na úrovni 2,2 %. V **Latinské Americe** se organické tržby mírně snížily o 0,5 %. V **asijsko-pacifickém** regionu tržby organicky klesly o 1,6 %.

**Upravený provozní zisk (upravený zisk EBIT)** dosáhl v roce 2020 hodnoty 2 579 mil. eur v porovnaní s 3 220 mil. eur ve fiskálním roce 2019 (-19,9 %).

**Upravená návratnost tržeb (upravená marže EBIT)** dosáhla 13,4 %, tedy meziročně zaostala o 2,6 procentního bodu. Uvedené snížení bylo způsobené i vyššími investicemi do marketingu, reklamy a do digitalizace a IT.

**Upravený výnos na prioritní akcie** se snížil o 21,5 % z 5,43 eura ve fiskální roce 2019 na 4,26 eura v roce 2020. Při neměnných kurzových sazbách klesl upravený výnos na prioritní akcii o 17,9 %.

**Poměr čistého pracovního kapitálu** k tržbám se výrazně zlepšil na úroveň 0,7 % v porovnaní s 3,9 % v předcházejícím roce.

**Volný cash flow** zůstal velmi silný. Dosáhl výše 2 338 mil. eur a skoro se vyrovnal své hodnotě z předcházejícího roku (2019: 2 471 mil. eur).

**Čistá finanční pozice** společnosti Henkel se výrazně zlepšila a k 31.prosinci 2020 představovala -888 mil. eur (k 31. prosinci 2019: -2 047 mil. eur).

Představenstvo, dozorčí rada a výbor akcionářů navrhnou na výroční valné hromadě 16. dubna 2021 stejnou výši **dividendy** jako v předchozím roce, a to 1,85 eur za prioritní akcii a 1,83 eur za kmenovou akcii. Podíl vyplacených dividend představuje 43,7 % a převyšuje tak cílový rozsah 30 až 40 %, přičemž odráží zvláštní povahu zátěže výnosů způsobené pandemií COVID-19. Výplata dividend je možná v neposlední řadě díky silné finanční základně a nízkému čistému finančnímu dluhu skupiny Henkel. Do budoucna se dividendová politika společnosti Henkel nezmění.

**Výsledky obchodních divizí za fiskální rok 2020**

**Tržby** divize **Adhesive Technologies** ve fiskálním roce 2020 byly nominálně o 8,2 % nižší v porovnání s předcházejícím rokem a dosáhly 8 684 milionů eur. **Organicky** tržby klesly o 4,2 %. Zejména první polovina roku byly silně ovlivněny pandemií COVID-19. Ve druhé polovině roku však došlo k oživení poptávky ve všech obchodních segmentech a regionech. **Upravený provozní zisk** dosáhl 1 320 mil. eur (předchozí rok: 1 712 mil. eur). **Upravená návratnost tržeb** byla na úrovni 15,2 %, což je pod úrovní roku 2019. Pokles marže byl způsoben zejména výrazně nižším objemem prodeje v důsledku pandemie

**Organický** vývoj **tržeb** divize **Beauty Care** ve fiskálním roce 2020 představoval -2,8 %. Nominálně se tržby meziročně snížily o 3,2 % a dosáhly úrovně 3 752 milionů eur. Tento vývoj byl způsoben zejména negativními dopady pandemie COVID-19 na segment profesionální vlasové kosmetiky. Maloobchod ovšem dosáhl celkově dobrého vývoje organických tržeb. **Upravený provozní zisk** dosáhl 377 milionů eur (předchozí rok: 519 milionů eur). **Upravená návratnost tržeb** dosáhla 10,0 % a byla ovlivněna klesajícím objemem prodeje v segmentu profesionální vlasové kosmetiky a vyššími investicemi do marketingu a reklamy, stejně jako do digitalizace a IT.

**Organické tržby obchodní divize** **Laundry & Home Care** vzrostly ve fiskálním roce 2020 o 5,6 %. Nominálně se tržby zvýšily o 0,7 % na 6 704 mil. eur. **Upravený provozní zisk** dosáhl 1 004 milionů eur. (předchozí rok: 1 096 milionů eur). **Upravená návratnost tržeb** byla na úrovni 15,0 % a zaostala za úrovní v roce 2019, zejména kvůli vyšším investicím do marketingu a reklamy, stejně jako do digitalizace a IT.

**Agenda „Smysluplný růst“: silný impulz**

Na začátku března 2020 představila společnost Henkel svou agendu pro růst společnosti na nadcházející roky, která se zaměřuje na: formování vítězného portfolia, posilování konkurenční výhody, zejména v oblasti inovací, udržitelnosti a digitalizace, vytváření provozních modelů připravených na budoucnost a také vytváření silné kultury spolupráce. *„Tento strategický rámec nám pomůže k úspěšnému rozvoji společnosti Henkel s jasným zaměřením na smysluplný růst. I přes naše zaměření na krizová řízení v roce 2020 se nám podařilo zahájit a začít s implementací naší agendy pro růst společnosti. Jsme plně odhodláni dosáhnout dalšího pokroku i v roce 2021 a v následujících letech, “*uvedl Carsten Knobel.

Klíčovým prvkem budoucího směřování společnosti Henkel je **aktivní správa portfolia**. Společnost Henkel identifikovala značky a kategorie produktů s celkovým objemem prodeje přesahujícím jednu miliardu eur, a to převážně ve spotřebitelských segmentech, z nichž se zhruba 50 % plánuje do roku 2021 prodat nebo zrušit jejich výroba. Očekává se, že zbývající značky a obchodní segmenty budou vykazovat udržitelné zlepšení výkonu. V roce 2020 se již 60 % příjmové základny těchto značek a obchodních segmentů zlepšilo.

Navzdory nejistotám na trhu v roce 2020 podepsala již společnost Henkel smlouvy o prodeji, dokončení prodeje nebo ukončení podnikání s ročním objemem prodeje více než 100 milionů eur. V souvislosti s aktivní správou portfolia společnosti Henkel byly v roce 2020 zaúčtovány poplatky ve výši přibližně 300 milionů eur, a to kvůli ztrátě ze snížení hodnoty nepeněžních podnikatelských aktiv, které mají být prodány nebo ukončeny.

Společnost Henkel zároveň posílila své portfolio prostřednictvím **fúzí a akvizic**, čímž využila svou silnou rozvahu. V roce 2020 společnost Henkel souhlasila a uzavřela dvě akvizice v rámci svých obchodních divizí Beauty Care a Adhesive Technologies, jejichž celková kupní cena představovala přibližně 500 mil. eur.

Aby společnost Henkel dále posílila svoji konkurenční výhodu, zrychluje vývoj přínosných **inovací**, posiluje **udržitelnost** jako odlišující se faktor od konkurence a podporuje **digitální** transformaci společnosti.

V roce 2020 společnost Henkel zvýšila své **investice** o přibližně 200 mil. eur ve srovnání s rokem 2019 (350 mil. eur ve srovnání s rokem 2018), aby posílila své značky, technologie a inovace a urychlila digitální transformaci společnosti. Zvýšení investic ukazují první hmatatelné výsledky: Společnost Henkel dokázala zvýšit podíly na trhu na mnoha klíčových trzích a v mnoha kategoriích. Zároveň také dále urychlila své inovační procesy a uvádění nových produktů na trh. To pomohlo například rychle reagovat na silný nárůst poptávky po hygienických, dezinfekčních a čisticích prostředcích použitím „zrychlených inovací“. Důraz byl kladen na klíčové trendy, jako je hygiena, více přírodních a udržitelných produktů a pohodlnější používání.

Za účelem urychlení **inovací** a vývoje **nových obchodních modelů** vytvořily spotřebitelské obchodní jednotky Beauty Care a Laundry & Home Care interní týmy podnikatelských inkubátorů kombinující agilní pracovní přístupy s velikostí a poznatky globální společnosti: „Fritz Beauty Lab“, inspirovaná zakladatel společnosti Fritzem Henkelem si klade za cíl identifikovat oblasti s růstovým potenciálem pro stávající značky nebo s bílými místy a vybudovat zcela nové značky. Divize Laundry & Home Care zahájila provoz nové myšlenky díky značce Love Nature, která se zaměřuje na hledání trvale udržitelných řešení v kategorii pracích produktů a čistících produktů pro domácnost. V rámci divize Adhesive Technologies pokračovala společnost Henkel v investicích do svého nejmodernějšího inovačního centra v Düsseldorfu. Středisko, které představuje celkovou investici 130 milionů eur se blíží dokončení a zprovozněno bude v první polovině roku 2021.

**Udržitelnost** je jednou z nejsilnějších silných stránek společnosti Henkel. Společnost je v této oblasti leader, což potvrzuje pravidelné umístění na předních místech v renomovaných hodnoceních a žebříčcích udržitelnosti. V návaznosti na tento silný výkon si Henkel klade za cíl využít udržitelnost také jako konkurenčního odlišitele. V roce 2020 společnost Henkel úspěšně pokračovala v integraci udržitelnosti do všech svých obchodních aktivit a řízení pokroku v celém hodnotovém řetězci. Společnost Henkel uvedla na trh nové produkty zaměřené na rostoucí očekávání spotřebitelů ohledně přírodních a udržitelných produktů, jako jsou tuhé šampóny divize Beauty Care prodávané pod značkou Nature Box a N.A.E. Divize Laundry & Home Care rozšířila portfolio svých výrobků pod značkou Pro Nature a úspěšně na trh uvedla novou udržitelnou značku Love Nature. Divize Adhesive Technologies vyvinula v rámci značky Loctite novou technologii, která umožňuje nahradit polyetylen v potravinářských a nepotravinářských obalech papírem. Kromě inovací pro udržitelnější produkty společnost Henkel uzavřela smlouvu o nákupu elektrické energie vyrobené z obnovitelných zdrojů, která pokryje energetickou poptávku všech závodů Henkel v Severní Americe. Henkel byl také první společností, která vydala dluhopis na snížení plastového odpadu v hodnotě přibližně 100 milionů eur. A to na financování opatření zaměřených na snížení plastového odpadu v celém hodnotovém řetězci. Dluhopis podtrhuje závazek společnosti Henkel podporovat oběhové hospodářství a snižovat množství plastového odpadu a zároveň posilňovat udržitelné financování.

Společnost Henkel sleduje cíl, kterým je od roku 2010 do roku 2030 ztrojnásobení **hodnoty svých provozů, produktů a služeb** ve vztahu k jejich ekologické stopě. Na cestě k tomuto dlouhodobému cíli si Henkel definoval střednědobé cíle pro rok 2020. Společnost dokázala dosáhnout stanovených cílů ve většině dimenzí. Celkově společnost Henkel v roce 2020 zlepšila účinnost zdrojů o 64 % ve srovnání s rokem 2010.

Vedle inovací a udržitelnosti je dalším klíčovým faktorem při posilování konkurenční výhody společnosti Henkel **digitální** transformace, která má vytvářet hodnotu pro zákazníky a spotřebitele v rámci všech obchodních divizí. Aby tento proces umožnil a urychlil, vytvořil Henkel v roce 2020 novou jednotku Henkel dx, která spojuje digitalizaci, řízení obchodních procesů a IT do jedné globální organizace. Nová jednotka Henkel dx otevřela svoje první inovační centrum v Berlíně a v budoucnu plánuje rozšířit svou globální síť o další podobná centra. V průběhu roku 2020 se podíl prodeje napříč digitálními kanály podstatně zvýšil, z čehož profitovaly všechny obchodní divize. Celkově se digitální prodej ve společnosti Henkel zvýšil přibližně o 20 %, přičemž společný příspěvek spotřebitelských divizí k růstu představoval více než 60 %. Na úrovni skupiny se podíl tržeb z digitálních kanálu na celkových tržbách dále zvýšil a to na 15 %.

Důležitými prvky strategického rámce společnosti Henkel jsou adaptivní a rychlé **obchodní modely** připravené na budoucnost. Aby se toto společnosti podařilo zabezpečit a zlepšit si tak svou konkurenceschopnost a efektivitu, neustále se přizpůsobuje a přetváří své procesy a struktury napříč celou společností. Henkel se současně snaží zavádět nové business modely, přiblížit se ke svým zákazníkům a spotřebitelům prostřednictvím rychlejších rozhodovacích procesů a nadále zvyšovat svou efektivitu. Díky zavedení nových organizačních struktur v rámci divize Adhesive Technologies v roce 2020 se společnosti Henkel podařilo ještě lépe oslovit a obsluhovat konkrétní zákaznické segmenty a trhy. V obchodních divizích Beauty Care a Laundry & Home Care zavedla společnost Henkel další organizační změny, které umožnily silnější regionální zaměření a přiblížení se zákazníků a spotřebitelů.

V centru agendy „Smysluplný růst“ je další rozvoj firemní kultury a zrychlení **kulturní transformace** v rámci společnosti Henkel. Cílem společnosti je podporovat kulturu spolupráce, jejímž středobodem jsou angažovaní zaměstnanci a lídři. V roce 2020 zahájila společnost Henkel řadu opatření pro rozvoj kultury spolupráce a zvyšování kvalifikace svých zaměstnanců za účelem budování jejich nových schopností a rozvoje, a to jak v osobním, tak i profesionálním životě. Společnost Henkel uskutečnila globální průzkum *Organizational Health Survey,* jehož cílem bylo identifikovat silné stránky a oblasti, které je možné zlepšovat a navrhnout tak možnosti kulturní transformace. Úsilí neustále se přizpůsobovat a rozvíjet firemní kulturu a zůstat atraktivním zaměstnavatelem se také odrazilo ve výrazném zlepšení umístění v klíčových hodnocení, které srovnávají reputace zaměstnavatelů.

*"Jsem hrdý na pokrok, kterého jsme dosáhli při provádění naší strategické agendy, a to i během řešení současné globální pandemie." Jsem ohromen odolností našeho podnikání, která nám umožnila dosáhnout přesvědčivých podnikatelských výsledků a dále posílit naši finanční základnu. Ale nejdůležitější pocit je vděčnost a upřímný respekt vůči našim zaměstnancům. Jejich výkon, spolupráce a pozitivní přístup, který v roce 2020 projevili, se mě hluboko dotkl a jsou pro mě inspirací. Rád bych jim všem poděkoval za neocenitelný přínos v tomto skutečně výjimečném roce, “*shrnul Carsten Knobel*.*



# Hlavní údaje za čtvrté čtvrtletí 2020 (Q4) a za celý rok 2020 (1-12)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | |  |  |
| **v miliónech eur** | **Tržby** | | **EBIT** | **Marže EBIT** |
| **Q4** | **1-12** | **1-12** | **1-12** |
|  |  |  |  |  |
| **Adhesive Technologies** |  |  |  |  |
| 2020 | 2 251 | 8 684 | 1 248 | 14,4 % |
| 2019 | 2 335 | 9 461 | 1 631 | 17,2 % |
| organický růst | 3,7 % | -4,2 % | - | - |
| 2020 upravený 1) | - | - | 1 320 | 15,2 % |
| 2019 upravený 1) | - | - | 1 712 | 18,1 % |
| **Beauty Care** |  |  |  |  |
| 2020 | 934 | 3 752 | 246 | 6,6 % |
| 2019 | 944 | 3 877 | 418 | 10,8 % |
| organický růst | 1,4 % | -2,8 % | - | - |
| 2020 upravený 1) | - | - | 377 | 10,0 % |
| 2019 upravený 1) | - | - | 519 | 13,4 % |
| **Laundry & Home Care** |  |  |  |  |
| 2020 | 1 551 | 6 704 | 688 | 10,3 % |
| 2019 | 1 640 | 6 656 | 973 | 14,6 % |
| organický růst | 4,9 % | 5,6 % | - | - |
| 2020 upravený 1) | - | - | 1 004 | 15,0 % |
| 2019 upravený 1) | - | - | 1 096 | 16,5 % |
| **Henkel** |  |  |  |  |
| 2020 | 4 765 | 19 250 | 2 019 | 10,5 % |
| 2019 | 4 947 | 20 114 | 2 899 | 14,4 % |
| organický růst | 3,7 % | -0,7 % | - | - |
| 2020 upravený 1) | - | - | 2 579 | 13,4 % |
| 2019 upravený 1) | - | - | 3 220 | 16,0 % |
|  |  |  |  |  |
| **Henkel** | **1-12**  **2019** | **1-12**  **2020** | **Změna** |  |
| Výnosy na prioritní akcii v eurech | 4,81 | 3,25 | -32,4 % |  |
| Upravené1) výnosy na prioritní akcii v eurech | 5,43 | 4,26 | -21,5 % |  |
| při konstantních kurzových sazbách |  | | -17,9 % |  |

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

Henkel AG & Co. KGaA, Investor Relations

**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)

**Kontakt**

Zuzana Kaňuchová

Ředitelka korporátní komunikace

Telefon: +421 917 160 597

E-mail: [zuzana.kanuchova@henkel.com](mailto:zuzana.kanuchova@henkel.com)

1. \*Očištěné o jednorázové výdaje a příjmy a náklady na restrukturalizaci [↑](#footnote-ref-2)