

Tlačová správa

6. květen 2021

Výsledky za první čtvrtletí 2021

leden - březen

Fiskální výhled pro rok 2021: očekává se vyšší růst tržeb i zisků

Společnost Henkel oznamuje silný start do fiskálního roku 2021

- Skupinový obrat vykazuje významný organický růst o 7,7 % na zhruba 5 mld. eur, nominální růst o 0,8 % ovlivněný nepříznivým kurzovým vývojem
- Všechny obchodní divize vykazují organický růst obratu:
 - Divize Adhesive Technologies s dvojciferným organickým růstem obratu o 13,0 %, nominálně o 6,7 %
 - Divize Beauty Care zaznamenala dobrý organický růst obratu o 2,3 %, nominálně pokles o -1,1 %
 - Divize Laundry & Home Care referují velmi silný organický růst obratu o 4,1 %, nominálně pokles o -5,6 %
- Rozvíjející se trhy s dvojciferným organickým růstem obratu o 18,5 %, vyspělé trhy o 0,5 %
- Henkel zvyšuje fiskální výhled pro rok 2021:
 - Organický růst obratu: 4,0 až 6,0 %
 - EBIT marže*: 14,0 až 15,0 %
 - Výnos na prioritní akciích (EPS)*: růst ve vysokém jednociferném až středním dvojciferném procentuálním pásmu při konstantních kurzových sazbách

Düsseldorf, 6. květen 2021 – Společnost Henkel hlásí velmi dobrý celkový start do fiskálního roku 2021 s významným růstem organického obratu v **prvním čtvrtletí** o 7,7 % – i přes přetrvávající nepříznivý vliv globální koronavirové krize na sociální a ekonomické prostředí na mnoha světových trzích. **Skupinový obrat**, který byl výrazně ovlivněn nepříznivým kurzovým vývojem, dosáhl přibližně 5 mld. eur, což odpovídá nominálnímu nárůstu o 0,8 %.

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

„V prvním čtvrtletí jsme dosáhli velmi dobrých obchodních výsledků, ke kterým přispěly všechny naše obchodní divize. Jelikož se průmyslová poptávka zotavuje rychleji, než jsme původně očekávali, a i přes přetrvávající nejistotu na našich trzích, jsme optimističtí ohledně vývoje obchodních výsledků po zbytek roku. Po silném začátku tohoto roku jsme dneškem zlepšili výhled vývoje našich tržeb a zisků,“ uvedl generální ředitel společnosti Henkel Carsten Knobel.

„K výraznému růstu tržeb v prvním čtvrtletí přispěla především divize Adhesive Technologies, která díky silnému oživení v rámci všech obchodních segmentů a regionů vyprodukovala dvojciferný organický růst obratu. Organický růst obratu dosáhly i spotřebitelské divize Beauty Care a Laundry & Home Care. Z regionálního hlediska posilovaly velmi dobré čtvrtletní tržby především rozvíjející se trhy, na kterých byl zaznamenán dvojciferný organický růst obratu ve všech oblastech.“ dodal Knobel. *“Výsledky společnosti Henkel za první čtvrtletí jsou důkazem našeho robustního a vyváženého portfolia s úspěšnými značkami a inovativními technologiemi pro naše zákazníky v průmyslových i spotřebitelských segmentech. Celkově tento velmi dobrý vývoj v prvním čtvrtletí je i výsledkem enormního úsilí našeho silného globálního týmu, který i v těchto bezprecedentních a těžkých časech pro nás všechny neustále pracuje na budování dlouhodobého úspěchu společnosti Henkel.“*

Obchodní divize **Adhesive Technologies** zaznamenala výrazné oživení ve všech obchodních segmentech a regionech a dosáhla celkového dvojciferného organického růstu obratu o 13 %.

Obchodní divize **Beauty Care**, kterou v prvním čtvrtletí zasáhl nepříznivý vývoj trhu související s pandemií, vykázala organický růst obratu o 2,3 %. V segmentu spotřebního zboží zaznamenala pozitivní výsledky v porovnání se stejným čtvrtletím minulého roku. Segment profesionální vlasové kosmetiky také dosáhl organického růstu obratu, a to navzdory přetrvávajícímu dopadu oficiálních uzavření kadeřnických salónů v mnoha zemích. Důvodem růstu byla zejména relativně nízká srovnávací základna, protože tento segment byl silně zasažen pandemií COVID-19 v prvním čtvrtletí předcházejícího roku.

Navzdory tomu, že klíčové vyspělé trhy divize **Laundry & Home Care** začaly v průběhu prvního čtvrtletí zpomalovat, tato divize dokázala dosáhnout velmi silného organického růstu obratu o 4,1 %, čímž pokračovala ve svém úspěšném rozvoji. Dvojciferný růst také vykázaly segment čistících prostředků pro domácnost a rozvíjející se trhy.

Při pohledu na zbývající část fiskálního roku 2021 Knobel konstatoval: *„Po silném začátku roku jsme zvýšili náš **výhled** a nyní očekáváme vyšší růst tržeb a zisků po celý rok. Na skupinové úrovni nyní společnost Henkel očekává organický růst obratu o 4,0 % až 6,0 % a zvýšení upravené výnosnosti prodeje (EBIT marže) v rozmezí 14,0 % a 15,0 %. V případě upravených výnosů na prioritní akcii (EPS) při konstantních kurzových sazbách společnost Henkel očekává zvýšení ve vysokém jednociferném až středním dvojciferném procentuálním pásmu.“*

„Přesto stále přetrvává velká nejistota, v otázce dalšího vývoje pandemické situace a její vliv na spotřebu a průmyslovou výrobu. Na změny na našich trzích budeme i nadále rychle a flexibilně reagovat. Zároveň energicky prosazujeme naši agendu orientovanou na růst. Zaměřujeme se na dvě oblasti: za první, konkurenceschopnost chceme dále posilovat inovacemi, udržitelností a digitalizací. Za druhé, chceme dále posilovat naši firemní kulturu. Díky našemu strategickému rámci pro smysluplný růst a silnému globálnímu týmu jsme dobře připraveni na to, abychom z krize vyšli silnější a schopni utvářet naši budoucnost.“

Skupinový obrat

Skupinový obrat se v prvním čtvrtletí roku 2021 nominálně zvýšil o 0,8 %, ze 4 927 mil. eur v prvním čtvrtletí 2020 na aktuálních 4 968 mil. eur. **Organicky** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodejí) se zvýšil o 7,7 %. Skupinový obrat byl řízen především objemem prodeje. Příspěvek akvizic a odprodejí představoval 0,6 %. Kurzový vývoj měl na obrat silně negativní vliv, a to v hodnotě -7,5 %.

Skupinový obrat¹

v milionech eur

1. čtvrtletí/2021

Obrat	4 968
Změna oproti předcházejícímu roku	0,8 %
Kurzové vlivy	-7,5 %
Upraveno o kurzové vlivy	8,3 %
Akvizice/odprodeje	0,6 %
Organicky	7,7 %
Z toho cena	1,7 %
Z toho objem	6,0 %

¹ Všechny jednotlivé hodnoty jsou zaokrouhlené. Jejich součet se může od uvedených celkových výsledků lišit.

Rozvíjející se trhy zaznamenaly v prvním čtvrtletí organický růst obratu ve výši 18,5 %, pozitivní vývoj organického obratu na **vyspělých trzích** o 0,5 %. V Západní Evropě se organický obrat meziročně zvýšil o 0,9 %. Ve Východní Evropě jsme vykázali organický růst obratu o 11,7 %. Afrika a Střední východ dosáhly v prvním čtvrtletí organický růst obratu o 21,7 %. Organický vývoj obratu v Severní Americe zůstal nezměněný, zatímco v Latinské Americe se podařilo organický obrat navýšit o 10,7 %. V asijsko-pacifickém regionu jsme zaznamenali dvojciferný organický růst obratu o 24,4 %.

Obrat podle regionů¹

	Západní Evropa	Východ. Evropa	Afrika/ Střední východ	Severní Amerika	Latinská Amerika	Asie- Pacifik	Firemní zákazníci	Skupina Henkel
v milionech eur								
Obrat² leden-březen 2021	1 528	742	319	1 234	280	837	30	4 968
Obrat ² leden-březen 2020	1 500	758	349	1 302	292	697	29	4 927
Meziroční změna	1,9 %	-2,1 %	-8,7 %	-5,3 %	-4,4 %	20,1 %	-	0,8 %
Organicky	0,9 %	11,7 %	21,7 %	0,0 %	10,7 %	24,4 %	-	7,7 %
Podíl na obratu skupiny za rok 2021	31 %	15 %	6 %	25 %	6 %	17 %	1 %	100 %
Podíl na obratu skupiny za rok 2020	30 %	15 %	7 %	26 %	6 %	14 %	1 %	100 %

¹ Všechny jednotlivé hodnoty jsou zaokrouhlené. Jejich součet se může od uvedených celkových výsledků lišit.

² Podle sídla společnosti.

Obrat divize Adhesive Technologies

V **prvním čtvrtletí 2021** se obrat obchodní divize Adhesive Technologies **nominálně** zvýšil o 6,7 %, z 2 209 mil. eur v prvním čtvrtletí předcházejícího roku na současných 2 358 mil. eur. **Organicky** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodeje) se zvýšil o 13,0 %. Čtvrtletní výsledky řídilo zejména výrazné pokračující oživení v průmyslové výrobě. Objem prodeje se zvýšil dvojciferně při mírně pozitivním trendu růstu cen. V důsledku kurzového vlivu byl obrat nižší o -6,7 %, přičemž akvizice a odprodeje přispěly k jeho zvýšení o 0,5 %.

Obrat divize Adhesive Technologies¹

v milionech eur

1. čtvrtletí/2021

Obrat	2 358
Podíl na obratu skupiny	47 %
Změna oproti předcházejícímu roku	6,7 %
Kurzové vlivy	-6,7 %
Upraveno o kurzové vlivy	13,5 %
Akvizice/odprodeje	0,5 %
Organicky	13,0 %
Z toho cena	0,8 %
Z toho objem	12,2 %

¹ Všechny jednotlivé hodnoty jsou zaokrouhlené. Jejich součet se může od uvedených celkových výsledků lišit.

V **prvním čtvrtletí** všechny obchodní divize Adhesive Technologies pokračovaly ve významném oživení v porovnání se stejným čtvrtletím předcházejícího roku, které již bylo zasaženo pandemií COVID-19. **Segment Automobilový a kovozpracující průmysl** vykázal dvojciferný organický růst obratu především kvůli silnému nárůstu globální automobilové výroby. Segment **Elektronického a dodavatelského průmyslu** rovněž vykázal dvojciferný organický růst obratu, zejména díky výsledkům našeho segmentu

elektronického průmyslu a také velmi silný nárůst zaznamenal segment dodavatelského průmyslu. **Segment Obalů a spotřebního zboží** zaznamenal v prvním čtvrtletí výrazný organický růst obratu, podpořený dvojciferným růstem segmentu Obalů a „Lifestyle“ produktů. Ve dvojciferném pásmu se pohyboval i organický růst obratu v **segmentu Výrobků pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály**, u kterého byla jeho hlavním motorem zejména poptávka po spotřebním a řemeslném zboží, spolu s našimi aktivitami v segmentech strojírenství a údržby.

Z pohledu regionálního členění dosáhla divize Adhesive Technologies dvojciferného organického růstu obratu na **rozvíjejících se trzích**. K tomuto vývoji přispěly všechny obchodní divize v rámci všech regionů rozvíjejících se trhů.

Organický vývoj obratu na **vyspělých trzích** byl celkově velmi silný. Severní Amerika zaznamenala velmi silný růst, za kterým stál především dvojciferný organický růst obratu v segmentu Výrobků pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály, také i velmi silný růst obratu v segmentu Elektronického a dodavatelského průmyslu. Organický růst obratu v Západní Evropě byl silný především díky dvojcifernému růstu obratu v segmentu Výrobků pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály a velmi silnému růstu v segmentu Automobilového a kovo zpracujícího průmyslu.

Obrat divize Beauty Care

V **prvním čtvrtletí 2021** obrat divize Beauty Care **nominálně** mírně poklesl o 1,1 % na 925 mil. eur (první čtvrtletí 2020: 935 mil. eur). **Organicky** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodeje) se zvýšil o 2,3 %. K tomuto výsledku přispěl vývoj v objemech i cenách prodaných produktů. V důsledku kurzového vlivu byl obrat nižší o -5,4 %. Akvizice a odprodeje přispěly k růstu obratu o 2,0 %.

Obrat divize Beauty Care¹

v milionech eur

1. čtvrtletí/2021

Obrat	925
Podíl na obratu skupiny	19 %
Změna oproti předcházejícímu roku	-1,1 %
Kurzové vplyvy	-5,4 %
Upraveno o kurzové vlivy	4,3 %
Akvizice/odprodeje	2,0 %
Organicky	2,3 %
Z toho cena	1,0 %
Z toho objem	1,3 %

¹ Všechny jednotlivé hodnoty jsou zaokrouhlené. Jejich součet se může od uvedených celkových výsledků lišit.

Organický vývoj obratu v segmentu **Spotřebního zboží** byl ve srovnání s čtvrtletím předcházejícího roku pozitivní. Kategorii vlasové kosmetiky se v **prvním čtvrtletí 2021** podařilo navázat na pozitivní trend z posledního čtvrtletí 2020. Barvy na vlasy zaznamenaly dvojciferný růst a velmi silný obrat i v oblasti výrobků péče o vlasy. Obrat kategorie produktů vlasového stylingu se ve srovnání s předcházejícím rokem snížil vlivem slabší spotřebitelské poptávky související s pandemií COVID-19. Organický vývoj obratu v kategorii tělové kosmetiky také nedosáhl silných výsledků z prvního čtvrtletí 2020, zejména kvůli klesající poptávce na klíčových trzích.

Navzdory přetrvávajícímu dopadu oficiálních uzavření kadeřnických salónů v mnoha zemích se nám v prvním čtvrtletí 2021 v segmentu **profesionální vlasové kosmetiky** podařilo dosáhnout velmi silného organického růstu obratu. Hlavním důvodem byl významný nárůst na našem klíčovém trhu v Severní Americe, ale také relativně nízká meziroční porovnávací základna z prvního čtvrtletí předcházejícího roku, která byla silně ovlivněna pandemií COVID-19. Dvojciferného růstu dosáhla i Latinská Amerika a Asie (kromě Japonska) a výrazného růstu také dosáhla Afrika a Střední východ. Naopak výsledky v Západní a Východní Evropě nedosáhly výsledků čtvrtletí předcházejícího roku, zejména v důsledku oficiálních uzavření kadeřnických salónů v souvislosti s pandemickou situací.

Z regionálního hlediska dosáhla divize Beauty Care dvojciferného organického růstu obratu na **rozdávajících se trzích**, ke kterému přispěly především velmi silné výsledky v segmentech Spotřebního i Profesionálního zboží. Ke dvojcifernému růstu přispěl vývoj v Asii (kromě Japonska) a zejména v Číně. Dvojciferný růst obratu dosáhla i Latinská Amerika a velmi silný růst jsme zaznamenali ve Východní Evropě. Naopak v Africe a na Středním Východě došlo k negativnímu vývoji obratu.

Organický vývoj obratu byl na **vyspělých trzích** celkově negativní. Organický růst obratu byl příznivý v Severní Americe – vzhledem k růstu v segmentu Profesionálních výrobků – a velmi silný na vyspělých trzích asijsko-pacifického regionu. Naopak výsledky v Západní Evropě nedosáhly výsledků jako ve

stejném čtvrtletí předcházejícího roku z důvodu přetrvávajících náročných podmínek na trhu, které byly mimo jiné charakterizovány pokračujícími omezeními v souvislosti s pandemií COVID-19.

Obrat divize Laundry & Home Care

Obrat divize Laundry & Home Care dosáhl v **prvním čtvrtletí 2021** 1 656 mil. eur, a tak **nominálně** poklesl o -5,6 % oproti 1 755 mil. eur ve stejném období předcházejícího roku. **Organicky** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodeje) divize vykázala velmi silný růst obratu o 4,1 %. Růst byl ve velké míře řízený cenou, přičemž objemy také vykazovaly pozitivní zvýšení. V důsledku kurzového vlivu byl obrat výrazně nižší, a to o -9,6 %. Akvizice a odprodeje neměly na obrat významný vliv.

Obrat divize Laundry & Home Care¹

v milionech eur	1. čtvrtletí/2021
Obrat	1 656
Podíl na obratu skupiny	33 %
Změna oproti předcházejícímu roku	-5,6 %
Kurzové vlivy	-9,6 %
Upraveno o kurzové vlivy	4,0 %
Akvizice/odprodeje	0,0 %
Organicky	4,1 %
Z toho cena	3,1 %
Z toho objem	0,9 %

¹ Všechny jednotlivé hodnoty jsou zaokrouhlené. Jejich součet se může od uvedených celkových výsledků lišit.

Kategorie **pracích prostředků** zaznamenala v **prvním čtvrtletí** pozitivní organický růst obratu, ke kterému přispěly dobrými výsledky speciální prací prostředky a velmi výrazným zlepšením i prací aditiva. Naše klíčová značka **Persil** opět zaznamenala dvojciferný organický růst obratu, v neposlední řadě v důsledku našich pokračujících inovačních iniciativ.

Organický růst obratu v kategorii **čisticích prostředků pro domácnost** dosáhl dvojciferný procentuální růst. K tomuto dobrému výsledku ve velké míře přispěly naše značky **Pur**, **Bref** a **Somat**, které zaznamenaly dvojciferný růst v příslušných kategoriích čisticích prostředků na nádobí, čisticích prostředků na WC a čisticích prostředků pro tvrdé povrchy. Uvedenému trendu pomohla jak zvýšená poptávka po čisticích prostředcích pro domácnost v důsledku pandemie COVID-19, tak naše úspěšné inovace produktů.

Rozvíjející se trhy byly hlavní hnací silou velmi silných výsledků této divize a přispěly tak ke dvojcifernému organickému růstu obratu. Společnost Henkel dosáhla dvojciferného růstu obratu v Africe, na Blízkém východě a v Asii (kromě Japonska). Organický růst obratu byl výrazný ve Východní Evropě, zatímco Latinská Amerika zaznamenala negativní vývoj.

Výsledky na **vyspělých trzích** byly z celkového pohledu negativní. Vývoj obratu v Západní Evropě byl příznivý, přičemž vyspělé trhy v asijsko-pacifickém regionu rovněž vykázaly pozitivní organický růst,

avšak Severní Amerika zaostala za výsledky dosaženými ve stejném období předcházejícího roku. Vývoj v tomto regionu byl nepříznivě ovlivněn výpadky dodávek, jakož i zpomalující dynamikou trhu ve srovnání s předcházejícím rokem.

Čistá aktiva a finanční pozice skupiny

Ve sledovaném období v čistých aktivech a finanční pozici skupiny nedošlo k žádným podstatným změnám v porovnání se stavem k 31. prosinci 2020.

Výhled skupiny Henkel

Na základě obchodního vývoje během prvních tří měsíců roku 2021 a na základě předpokladů týkajících se obchodních výsledků ve zbývajících třech čtvrtletích se představenstvo společnosti Henkel AG & Co. KGaA rozhodlo zvýšit svůj výhled pro fiskální rok 2021.

Po prudkém poklesu globálního ekonomického růstu v roce 2020 v důsledku pandemie COVID-19 se na základě současných odhadů pro rok 2021 očekává výrazné oživení průmyslové poptávky, přičemž poptávka v mnoha kategoriích spotřebního zboží se v průběhu roku postupně vrátí k normálu. Zároveň však převládá nejistota z hlediska dalšího vývoje míry nákazy a proočkování, a tedy i omezení zaměřených na zpomalení pandemie.

Vzhledem k těmto okolnostem náš výhled vychází z předpokladu, že průmyslová poptávka a oblasti spotřebního zboží, které jsou pro společnost Henkel relevantní – především profesionální vlasová kosmetika – se obnoví, a to v některých případech výrazným způsobem. Podle našich očekávání by se kategorie spotřebního zboží, které v roce 2020 zaznamenaly zvýšenou poptávku v reakci na pandemii, měly v průběhu roku vrátit do normálního stavu. Také předpokládáme, že na rozdíl od druhého čtvrtletí 2020 nedojde během letošního roku v našich hlavních regionech k významným odstávkám v maloobchodních a průmyslných segmentech nebo výrobních podnicích.

Po zohlednění uvedených faktorů očekáváme, že **skupina Henkel** dosáhne **organický růst obratu** o +4,0 až +6,0 % za fiskální rok 2021 (předcházející výhled: +2,0 až +5,0 %).

V případě divize **Adhesive Technologies**, jejíž výsledky do značné míry závisí na oživení průmyslové poptávky, očekáváme organický růst obratu o +7,0 až +9,0 % (předcházející výhled: +2,0 až +6,0 %). Pokud jde o divizi **Beauty Care**, v současné době očekáváme organický růst obratu o +2,0 % až +6,0 % (výhled beze změny). Celoročně se očekává pozitivní vliv od výrazného zvýšení poptávky v oblasti profesionálního segmentu, zatímco růst by měl pokračovat ve spotřebitelském segmentu. Předpokládáme, že divize **Laundry & Home Care** vykáže organický růst obratu od +1,0 do +3,0 % (výhled beze změny). V této oblasti by se vyšší poptávka, která byla zaznamenána v předcházejícím roce v důsledku pandemie v některých kategoriích, měla v průběhu roku vrátit na normální úroveň, což také ovlivní organický růst.

Předpokládáme příspěvek našich akvizic v roce 2020 k růstu nominálního obratu společnosti Henkel v dolní polovině dvojciferného procentuálního pásma. Náš výhled neodráží žádné vlivy plánovaného odprodeje nebo ukončení obchodních činností, značek a kategorií v rámci našeho aktivního řízení portfolia během zbývajících částí roku, protože není možné spolehlivě odhadnout, zda a kdy se takové aktivity uskuteční. Negativní účinek kurzových vlivů by se měl nacházet ve střední části jednociferného procentuálního pásma.

Předpokládané oživení poptávky, zejména v segmentech výrobků pro průmysl a profesionály, by mělo mít pozitivní vliv na výnosy společnosti Henkel v roce 2021. Do jisté míry však bude působit opačný účinek cen přímého materiálu, které podle našich předpokladů zaznamenají výrazný nárůst v horní střední části jednociferného procentuálního pásma (předcházející výhled: dolní až střední část jednociferného procentuálního pásma), jakož i nepříznivý vliv kurzových měn.

Očekáváme, že **společnost Henkel** dosáhne **upravenou výnosnost prodeje (marže EBIT)** od 14,0 do 15,0 % (předcházející výhled: 13,5 až 14,5 %). V případě divize **Adhesive Technologies** očekáváme upravenou výnosnost prodeje od 16,0 do 17,0 % (předcházející výhled: 15,5 až 16,5 %), v případě **Beauty Care** od 10,5 do 12,0 % (výhled beze změny) a v případě **Laundry & Home Care** od 14,5 do 15,5 % (předcházející výhled: 15,0 až 16,0 %).

Pokud jde o **upravený výnos na prioritních akciích (EPS)** očekáváme nárůst ve vysokém jednociferném až středním dvojciferném procentuálním pásmu při konstantních kurzových sazbách (předcházející výhled: +5 až +15 %).

Kromě výše uvedeného, naše následující očekávání pro rok 2021 zůstávají nezměněna:

- Restrukturalizační výdaje ve výši 250 až 300 mil. eur
- Peněžní odtoky z investic do budov, strojů a zařízení a do nehmotného majetku ve výši 600 až 700 mil. eur.

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 roku 1876, se ohlíží zpět na více než 140 let úspěchu. V roce 2020 společnost Henkel vykázala tržby ve výši přibližně 19 mld. eur a provozní zisk ve výši přibližně 2,6 mld. eur. Společnost Henkel zaměstnává po celém světě kolem 53 000 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 žebříčkách. Prioritní akcie společnosti Henkel jsou uvedeny v německém akciovém indexu DAX. Pro více informací navštivte prosím 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 ukážou jako přesná. Budoucí výsledky a dosažené výsledky společnosti Henkel AG & Co. KGaA a jejich dceřiných společností závisí na řadě rizik a nejistot, a proto se mnohou výrazně liší 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 dokument obsahuje stanoviska týkající se budoucího obchodního vývoje, finančních výsledků a dalších událostí nebo skutečností relevantních pro společnost Henkel z pohledu budoucího vývoje.

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 ukazatelům 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.

Finanční kalendář

Zveřejnění zprávy za první pololetí 2021:

čtvrtek 12. srpna 2021

Zveřejnění zprávy za třetí čtvrtletí 2021:

pondělí 8. listopadu 2021

Kontakt

Investoři a analytici

Lars Korinth

Telefon: +49 (0) 211 797-1631

Email: lars.korinth@henkel.com

Manuel Bösing

Telefon: +49 (0) 211 797-7151

Email: manuel.boesing@henkel.com

Jennifer Ott

Telefon: +49 (0) 211 797-2756

Email: jennifer.ott@henkel.com

Dr. Dennis Starke

Telefon: +49 (0) 211 797-5601

Email: dennis.starke@henkel.com

Tisk a média

Lars Witteck

Telefon: +49 (0) 211 797-2606

Email: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Telefon: +49 (0) 211 797-1875

Email: wulf.klueppelholz@henkel.com

Hanna Philipps

Telefon: +49 (0) 211 797-3626

Email: hanna.philipps@henkel.com

Linda Gehring

Telefon: +49 (0) 211 797-7265

Email: linda.gehring@henkel.com

Více informací o materiálech ke stažení, včetně odkazu na připojení k telefonické konferenci, jsou k dispozici na:

www.henkel.com/press

www.henkel.com/ir

O společnosti HENKEL ČR

V České republice působí Henkel ve všech třech strategických obchodních divizích: Adhesive Technologies, Beauty Care a Laundry & Home Care. Celkem společnost distribuuje v České republice přibližně 50 mezinárodních a národních značek, z nichž celá řada zaujímá vedoucí postavení, nebo jednu z předních pozic na trzích, na kterých působí. První zahraniční

pobočka Henkel CEE byla založena mezi lety 1900/91v tehdejší Československé federativní republice. Dnes HENKEL ČR zaměstnává přibližně 250 zaměstnanců, má 1 výrobní závod a 1 kancelářské pracoviště. Více informací najdete na stránce www.henkel.cz.

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Ředitelka korporátní komunikace

Telefon: +421 917 160 597

E-mail: zuzana.kanuchova@henkel.com