2021. augusztus 12.

A stratégiai növekedési terv végrehajtása megfelelő mederben halad

A Henkel az első félévben nagyon jó teljesítményt nyújtott – kétszámjegyű növekedés a szerves árbevétel és az eredmény tekintetében

* **A csoport árbevétele +11,3 százalékos szerves növekedést mutat, mintegy 10 milliárd euróval (névleges +4,7 százalék), melyhez mindegyik üzletág és régió hozzájárult**
* **Az üzemi eredmény\* 1430 millió euróra emelkedett, +20,1%**
* **Az EBIT marzs\* 14,4%-ra nőtt, +1,9 százalékpont**
* **Elsőbbségi részvények korrigált hozama (EPS)\*: 22,4%-kal 2,40 euróra nőtt,
+30,1% állandó árfolyamon**
* **Előrelépés a célzott növekedési terv minden területén**
* **A 2021-es pénzügyi évre vonatkozó kilátások frissítve: nagyobb árbevétel-növekedés változatlan eredmény-iránymutatás mellett**
* **Szerves árbevétel-növekedés: +6,0 és +8,0 százalék között (korábban: +4,0 és +6,0 százalék között)**
* **EBIT marzs\*:** **13,5-14,5 százalék (korábban: 14,0-15,0 százalék)**
* **Elsőbbségi részvények korrigált hozama (EPS)\*:** **Növekedés a magasabb egyszámjegyűtől** **a tízszázalékos tartomány közepéig, állandó árfolyamon (változatlan)**

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

**Düsseldorf – A 2021-es pénzügyi év erőteljes kezdete után a Henkel ismét felgyorsította a növekedést az első félév során, és a devizahatásokhoz igazítva már meghaladta a 2019-es válság előtti szintet. Annak ellenére, hogy a globális koronavírus-válság hatása továbbra is hátrányosan érinti a társadalmi és gazdasági környezetet a világ számos piacán, a Henkel jelentős árbevételt és eredményt ért el az év első felében. A szerves árbevétel növekedése 2021 első hat hónapjában elérte a 11,3 százalékot. A csoport árbevétele mintegy 10 milliárd euró volt, ami nominálisan 4,7 százalékos növekedést jelent.**

**A korrigált üzemi eredmény 20,1 százalékkal 1430 millió euróra nőtt, a korrigált EBIT marzs pedig 1,9 százalékponttal nőtt, és elérte a 14,4 százalékot, amely 1,9 százalékpontos növekedést jelent az előző évhez képest. Állandó árfolyamok mellett az elsőbbségi részvények korrigált hozama 30,1 százalékkal nőtt. Az első félévben a magasabb nyersanyagköltségek hatásait különösen ellensúlyozta a nagyon erőteljes mennyiségi növekedés, valamint az áremelések, illetve a szigorú költséggazdálkodás és a hatékonyságnövelés.**

**„2021 első felében a Henkel továbbra is érintett volt a COVID-19 világjárványban. Ennek ellenére kétszámjegyű növekedést értünk el az árbevétel és az eredmény tekintetében. Az árbevételt nézve már sikerült túllépnünk a 2019-es válság előtti, devizahatásokkal kiigazított szintet. Ez elsősorban dolgozóink világszerte kiemelkedő csapatszellemének és elkötelezettségének, valamint a sikeres fogyasztási és ipari márkáink és innovatív technológiáink kiegyensúlyozott és robusztus portfóliójának köszönhető” – mondta Carsten Knobel, a Henkel igazgatóságának elnöke.**

**2021 első felében mindegyik üzletág és régió hozzájárult a szerves árbevétel növekedéséhez. Az Adhesive Technologies üzletág érte el a legerősebb árbevétel-növekedést az év első felében. Az üzletág szervesen növelte az árbevételt minden régióban és üzleti területen, és összességében kétszámjegyű növekedést ért el. Ezt a fejlődést támogatta a globális gazdaság jelentős fellendülése. De a Henkel a Beauty Care és a Laundry & Home üzletágai esetében is szerves árbevétel-növekedést ért el. A kép azonban vegyes volt az egyes üzleti területek tekintetében. A Beauty Care üzletágban a növekedést a Professional terület hajtotta. A járvány miatt az előző évben tapasztalt gyengébb növekedés után kétszámjegyű növekedést sikerült elérni. A fogyasztási cikkek területe viszont 2021 első felében az előző évi szint alatt volt, a testápolási kategória szerves árbevételének visszaesése miatt, és a piacok jelentős gyengülése következtében. A Laundry & Home Care üzletágban a növekedést elsősorban a Home Care terület hajtotta, amely jelentős szerves árbevétel-növekedést ért el. A Laundry Care terület jó szerves árbevétel-növekedést könyvelt el.**

**„Az év első felében továbbra is jó előrehaladást értünk el a stratégiai növekedési menetrend végrehajtásában. Aktív portfóliókezelésünk részeként további márkáktól és területektől váltunk meg vagy szüntettünk meg a terveknek megfelelően. Ugyanakkor célzott felvásárlásokat hajtottunk végre, különösen a fenntartható márkák portfóliójának bővítése érdekében. Ebben az évben kiemelt hangsúlyt fektetünk versenyképességünk további erősítésére az innováció, a fenntarthatóság és a digitalizáció területén, valamint vállalati kultúránk továbbfejlesztésére. Nagyon jól teljesítettünk ezeken a területeken az év első felében, és úgy gondoljuk, hogy jó úton haladunk a céltudatos növekedési menetrendünk megvalósításában” – tette hozzá Carsten Knobel.**

**A 2021-es pénzügyi évre vonatkozó kilátások frissítve: nagyobb árbevétel növekedés és elsőbbségi részvények hozamára vonatkozó változatlan iránymutatás**

**A 2021-es pénzügyi év hátralévő részére nézve Knobel a következőket mondta: „Összességében azt tapasztaljuk, hogy a legtöbb üzletágban normalizálódik a kereslet. És miután az ipari kereslet fellendülése sok régióban elkezdődött 2020 második felében, a növekedési ütemek valószínűleg jelentősen alacsonyabbak lesznek a 2021-es pénzügyi év második felében, a folyamatos gazdasági fellendülés ellenére. Ugyanakkor továbbra is nagy a bizonytalanság a járvány alakulásáról és annak a fogyasztásra, valamint az ipari termelésre gyakorolt hatásáról. Különösen a nyersanyagárak kivételesen erőteljes emelkedése és a feszült ellátási láncok fogják súlyosan befolyásolni a gazdaságot az év folyamán. Keményen dolgozunk, és kiterjedt intézkedésekkel korlátozzuk az üzleti tevékenységünkre és a jövedelmezőségre gyakorolt hatást. Ugyanakkor továbbra is rugalmasan és gyorsan reagálunk a piacainkon bekövetkező változásokra, és következetesen mozdítjuk előre növekedési ütemtervünk végrehajtását. Figyelembe véve a leírt környezetet és az első félév nagyon erős teljesítményét, ma frissítettük egész éves útmutatásunkat. Emeltük az árbevételre vonatkozó előrejelzésünket, és változatlanul tartottuk az elsőbbségi részvények hozamára vonatkozó várakozásainkat – a nyersanyagköltséget érintő infláció miatt egyre nagyobb ellenszél ellenére.”**

**A Henkel +6,0 és +8,0 százalék közötti szerves árbevétel-növekedésre és a korrigált árbevétel-arányos megtérülés (EBIT marzs) 13,5 és 14,5 százalék közötti tartományára számít. A korrigált, egy elsőbbségi részvények korrigált hozamának (EPS) vonatkozásában, változatlan árfolyamon a Henkel továbbra is a magas egyszámjegyűtől a tízszázalékos tartomány közepéig terjedő növekedést vár.**

**Csoport-szintű árbevétel és eredmény 2021 első felében**

A Henkel-csoport **árbevétele** 9926 millió euró mellett 2021 első felében +4,7 százalékkal volt magasabb az előző év azonos időszakához képest (2. negyedév: 4958 millió euró, +8,8 százalék). Az árfolyamhatások és a felvásárlások/befektetés-megszüntetések hatásainak kiszűrése utáni **szerves** árbevétel kétszámjegyű, +11,3 százalékos (2. negyedév: +15,2 százalék) növekedést mutatott. Az akvizíciókból és elidegenítésekből származó hozzájárulások mértéke +0,4 százalék (2. negyedév: +0,1 százalék) volt. A valutahatások negatívan, -7,0 százalékkal csökkentették az árbevételt (2. negyedév: -6,5 százalék).

A **feltörekvő piacok** +21,5 százalékos szerves árbevétel-növekedést mutattak (2. negyedév: +24,7 százalék). Az **érett piacokon** folytatott üzleti tevékenység nagyon erős szerves árbevétel-növekedést mutatott (+4,5 százalék (2. negyedév: +8,8 százalék).

Az első félév árbevétele **Nyugat-Európában** +5,5 százalékos szerves árbevétel-növekedést mutatott (2. negyedév: +10,7 százalék). **Kelet-Európa** szerves árbevétel-növekedése +17,6 százalék volt (2. negyedév: +24,1 százalék). **Afrikában/a Közel-Keleten** az árbevétel szerves növekedése +26,4 százalék volt (2. negyedév: +31,7 százalék). A szerves árbevétel növekedése **Észak-Amerikában** +3,0 százalék volt (2. negyedév: +6,3 százalék). **Latin-Amerika** +21,0 százalékos szerves árbevétel-növekedést könyvelt el (második negyedév: +34,2 százalék). Az **ázsiai-csendes-óceáni térségben** az árbevétel szervesen +20,8 százalékkal nőtt (2. negyedév: +17,3 százalék).

A **korrigált üzemi eredmény (korrigált EBIT)** +20,1 százalékkal nőtt, az előző év első félévének 1191 millió eurójáról 1430 millió euróra.

A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés (korrigált EBIT marzs)** 1,9 százalékponttal nőtt, 12,6 százalékról 14,4 százalékra.

Az **elsőbbségi részvények korrigált hozama** +22,4 százalékkal nőtt a 2020 első félévi 1,96 euróról 2,40 euróra. Állandó átváltási árfolyam mellett az egy elsőbbségi részvényre jutó korrigált eredmény +30,1 százalékkal nőtt.

**A nettó forgótőke** tovább javult. Az árbevétel 3,6 százalékán 80 bázisponttal elmaradt az előző évi szinttől (4,4 százalék).

A 471 millió eurós **szabad cash flow** alacsonyabb volt a 2020 első félévi adatnál (940 millió euró), különösen az üzleti tevékenységből származó alacsonyabb cash flow miatt. A magasabb üzemi eredmény mellett a csökkenés a nettó forgótőke jelentős növekedése miatt következett be a 2020-as pénzügyi év végéhez képest, ami részben az értékesítési volumen jelentős bővülésének volt köszönhető.

A **nettó pénzügyi helyzet** 2021. június 30-án -1035 millió eurót tett ki (2020. december 31.:
-888 millió euró).

## **Az üzletágak teljesítménye 2021 első felében**

2021 első félévébenaz **Adhesive Technologies** üzletágban az **árbevétel** nominálisan +14,4 százalékkal nőtt, az előző év azonos időszakában elért 4153 millió euróról 4752 millió euróra. (2. negyedév 2394 millió euró, +23,1 százalék). **Szervesen** az árbevétel +20,2 százalékkal nőtt.(2. negyedév: +28,5 százalék). Az év első felében bekövetkezett fejlődést jelentősen befolyásolta a globális gazdaság fellendülése minden régióban és üzleti területen. A **korrigált üzemi eredmény** 2021 első felében +50,9 százalékkal nőtt, és elérte a 820 millió eurót. A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés** 17,3 százalék volt, amely 4,2 százalékkal haladta meg a 2020 első félévi szintet.

A **Beauty Care** üzletágban az **árbevétel** 2021 első felében +5,2 százalékos szerves növekedést mutatott (2. negyedév: +8,2 százalék). Nominálisan az árbevétel +1,1 százalékkal nőtt, elérve az 1839 millió eurót (2. negyedév: 914 millió euró, +3,5 százalék). Az árbevétel növekedése elsősorban a Professional terület erőteljes fellendülésének tudható be, amelyet az előző év második negyedévében jelentősen befolyásolt a fodrászszalonok járványhoz kapcsolódó bezárása. A **korrigált üzemi eredmény** 2021 első felében +6,8 százalékkal haladta meg az előző évi szintet, és elérte a 183 millió eurót. A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés** 10,0 százalék volt, amely szintén meghaladta az előző évi szintet.

A **Laundry & Home Care** üzletág +3,9 százalékos **szerves árbevétel-**növekedést ért el 2021 első felében (2. negyedév: +3,6 százalék). Nominálisan az árbevétel -5,3 százalékkal 3275 millió euróra csökkent (2. negyedév: 1619 millió euró; -5,1 százalék). A 490 millió eurós **korrigált** **üzemi eredmény** -7,7 százalékkal maradt el az előző évitől, elsősorban az erős deviza ellenszél miatt. 15,0 százalékon a **korrigált árbevétel-arányos megtérülés** valamivel alatta maradt a 2020 első félévi szintnek, különösen a magasabb nyersanyagköltségek és a negatív devizahatások miatt.

**„Céltudatos növekedés” ütemterv: jó haladás**

„2021 első felében következetesen dolgoztunk növekedési ütemtervünk végrehajtásán” – mondta Carsten Knobel. A Henkel az aktív portfoliókezelés mellett a folyó évi növekedési menetrendjének két aspektusára összpontosít: először is, a Henkel az innováció, a fenntarthatóság és a digitalizáció további erősítésével szeretné bővíteni versenyelőnyét. Másodsorban, a vállalat tovább kívánja fejleszteni vállalati kultúráját. A vállalat 2021 első felében minden területen jó eredményeket ért el.

Aktív portfóliókezelésének részeként a Henkel olyan márkákat és kategóriákat azonosított, amelyek teljes forgalma meghaladja az egymilliárd eurót, és ennek mintegy 50 százalékát 2021 végéig értékesíti vagy megszüntetni. A fennmaradó márkák és üzleti tevékenységek várhatóan fenntartható teljesítmény-javulást mutatnak. Ezidáig ezen márkák és üzleti tevékenységek bevételi alapjának már 60 százaléka javította árbevételét. A továbbra is fennálló piaci bizonytalanságok ellenére a Henkel összességében már megszüntette vagy eladta azokat az üzleti tevékenységeket, amelyek teljes forgalma körülbelül 350 millió euró volt - elsősorban a fogyasztói üzletágakban. Ezenkívül a Swania SAS 2021 júliusában befejezett felvásárlásával a Henkel megerősítette pozícióját a fenntartható laundry & home care termékek piacán, és portfólióját kiegészítő márkákkal bővítette.

Annak érdekében, hogy tovább erősítse **versenyképességét**, a Henkel a hatásos **innovációk** felgyorsítására, a **fenntarthatóság** mint megkülönböztető tényező fellendítésére, és a vállalat **digitális** átalakításának előmozdítására fog összpontosítani.

A Henkel stratégiájának kulcsfontosságú pillére a sikeres **innovációk** révén elért piaci megkülönböztethetőség. Ezek jelentősen támogatták a növekedést az év első felében. Az Adhesive Technologies üzletágban a Henkel a középső kétszámjegyű százalékos tartományban tudott növekedést elérni az 5G alkalmazásokhoz való innovatív termikus felületanyagokkal, a nagy ügyfelekkel végzett közös fejlesztéseknek köszönhetően. A Beauty Care a Natural & Easy és a Palette márkanevek alatt bevezetett markáns újításokkal felülmúlta a hajfestékek piaci növekedését, és piaci részesedést szerzett a koronavírus-járvány előtti időszakhoz képest. A Hair Salon területen az IGORA Royal márka újraindítása hozzájárult a növekedéshez. A sikeres újítások, például a Somat Excellence 4in1 Caps és a Pril/Pur Antibacterial támogatásával a Laundry & Home Care üzletág kibővítette globális piaci részesedését a mosogatás terén.

A **fenntarthatóság** hosszú ideje a Henkel egyik legnagyobb erőssége. A vállalat vezető szerepet tölt be, amelyet rendszeresen megerősítenek a minősítésekben és besorolásokban. A Henkel célja a fenntarthatóság, mint versenyelőnyt jelentő, megkülönböztető tényező kihasználása.

A Henkel például jelentősen kibővítette partneri kapcsolatát a Plastic Bankkal. A partnerség közös célja, hogy megakadályozza a műanyag hulladékok környezetbe kerülését, miközben javítja a szegénységben élő emberek életét. A Henkel és a Plastic Bank megnyitotta az első három műanyaghulladék gyűjtő központot Egyiptomban, Kairó közelében. A projekt a Henkel és a Plastic Bank sikeres hosszú távú partnerségének része.

A fenntarthatóság terén elért haladás visszatükröződik a fogyasztóknak és az ipari vevőknek szánt termékekben is. A Laundry & Home üzletágban az új Love Nature márka Németországban már a harmadik helyen áll a fenntartható laundry & Home Care termékek gyorsan növekvő szegmensében. A Beauty Care tovább bővítette a fenntartható csomagolási megoldásokat. Az újrahasznosítható utántöltő csomagolást a Nature Box márkához fejlesztették ki, a hagyományos csomagoláshoz képest több mint 70 százalékkal kevesebb műanyagot felhasználva. Az Adhesive Technologies új vízbázisú ragasztási technológiát vezetett be a lábbelikhez, több gyártási lépést kiküszöbölve, és lehetővé tette a CO₂ akár 30 százalékos csökkentését.

Az innováció és a fenntarthatóság mellett a Henkel a **digitalizációt** is kulcsfontosságú tényezőként határozta meg versenyképességének megerősítésében. Az év első felében a digitális csatornákon keresztüli értékesítés aránya tovább nőtt mindegyik üzletágban. A fogyasztói üzletágakban összesen 30 százalék feletti növekedést sikerült elérni. Az Adhesive Technologies üzletágban is tovább nőtt a digitálisan generált árbevétel. 2021 első felében a középső kétszámjegyű százalékos tartományú növekedést saját e-kereskedelmi platformján keresztül érték el. Ennek eredményeképpen az e-shopon keresztül a ragasztás terület árbevétel aránya meghaladta a 25 százalékot. Csoportszinten a digitális értékesítés részesedése 40 százalékkal, a teljes árbevétel mintegy 18 százalékára nőtt.

Ezenkívül a Henkel stratégiai partnerséget alakított ki az Adobe-val – azzal a céllal, hogy tovább erősítse a vállalat versenyelőnyét a digitalizáció révén, minden üzletágban. A digitális üzleti tevékenységhez és az e-kereskedelemhez újonnan kifejlesztett, adatvezérelt digitális platform azt a célt szolgálja, hogy felgyorsítsa a digitális innovációkat, és új üzleti lehetőségeket teremtsen a Henkel számára.

A Henkel vállalati kultúrájának továbbfejlesztése és a **kulturális átalakulás** felgyorsítása további kulcsfontosságú elemei a „Céltudatos növekedés” cselekvési tervnek. A társaság célja az együttműködésen alapuló kultúra ápolása. Az év első felében a Henkel számos további intézkedést hozott e cél elérése és az alkalmazottak megerősítése érdekében.

A Henkel kifejlesztett egy új, holisztikus koncepciót „Smart Work” néven a munka jövőjéről, és bemutatta azt alkalmazottainak. Ez tükrözi a modern munkakörnyezetet a COVID-19 utáni időszakra, nagyobb rugalmasságot tesz lehetővé, és elősegíti a hibrid munkavégzést. Azoknál a munkáknál, amelyek nem igényelnek állandó irodai jelenlétet, ez a koncepció lehetőséget kínál az alkalmazottaknak, hogy akár a munkaidő 40 százalékáig mobilisan dolgozzanak. A Henkel újradefiniálta vállalati célját is. Az újragondolásában a munkatársak is részt vettek, biztosítva azt hogy az új irány hiteles és releváns legyen minden alkalmazott számára. Lényegében arról az úttörő szellemről szól, amely az alapítástól kezdve jellemzi a vállalatot és alkalmazottait, és amely minden munkatársat megmozgat. Arról a törekvésről szól, mely arra irányúl, hogy minden nap gazdagítsuk és javítsuk az életet, az ügyfelek és a társadalom számára, maradandó értéket teremtve.

„A célkitűzésünk „Pioneers at heart for the good of generations'” megfogalmazza, hogy kik vagyunk, mi köt össze bennünket és milyen szerepet kívánunk vállalatként betölteni a világban. Ez sokkal több, mint egy szlogen, vagy állítás. Mélyen elkötelezettek vagyunk, hogy ennek minden nap eleget tegyünk. Ki akarjuk használni úttörő és vállalkozó szellemünket - alkalmazottaink, ügyfeleink és fogyasztóink, részvényeseink, valamint a jelenlegi és a jövőbeli generációik jóléte érdekében” – mondta Carsten Knobel. „Ezért fontos, hogy közösen megértsük célunkat, és tudatosan ennek megfelelően cselekedjünk.”

„Büszkék vagyunk az év első felében elért sikeres üzletfejlesztésre és a stratégiai menetrendünk végrehajtásában elért jó előrehaladásra, annak ellenére, hogy a világjárvány miatt továbbra is ellenszélben vitorlázunk” – tette hozzá Knobel. „Továbbra is következetesen folytatjuk céltudatos növekedési menetrendünket, és az év hátralévő részében rendkívül rugalmasan reagálunk a piacainkon bekövetkező változásokra, tekintettel az emelkedő nyersanyagárak és a feszült ellátási láncok jelentette kihívásokra.”

**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](http://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 elszigetelten vagy a Henkel nettó eszközállományának és pénzügyi helyzetének, illetve a műveletek eredményei alternatívájaként tekinteni, ahogyan azt a konszolidált pénzügyi kimutatásokban a vonatkozó pénzügyi beszámoló kereteivel összhangban bemutatják. 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.

**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

**Manuel Bösing Wulf Klüppelholz**

Tel: +49 211 797 - 6459 Tel: +49 211 797 - 1875

Email: manuel.boesing@henkel.com Email: wulf.klueppelholz@henkel.com

**Jennifer Ott Hanna Philipps**

Tel: +49 211 797 – 2756 Tel: +49 211 797 - 3626

Email: jennifer.ott@henkel.com Email: hanna.philipps@henkel.com

**Dr. Dennis Starke Linda Gehring**

Tel: +49 211 797 – 5601 Tel: +49 211 797 - 2756

Email: dennis.starke@henkel.com Email: linda.gehring@henkel.com

Henkel Magyarország Kft.

Vállalati kommunikáció

**Dispiter Dorottya**

Tel: (1) 372-5555

Email: vallalati.kommunikacio@henkel.com