2021년 8월 12일

뒤셀도르프, 독일

**전략적 성장 의제의 순조로운 이행**

상반기에 매우 강력한 성과를 기록한 헨켈 – 유기적 매출 및 수익에서 두 자릿수 성장

* **그룹 매출 : 모든 사업부 및 지역에 의해 주도되어 +11.3% 유기적 성장한 약 100억 유로 (명목 +4.7%)**
* **영업이익\*: 20.1% 증가한14억 3,000만 유로**
* **EBIT 마진\*: 14.4% 증가한 +1.9% 포인트**
* **우선주당 순이익(EPS)\*: 22.4% 증가한 2.40유로, 고정 환율에서 +30.1%**
* **목적의식 있는 성장 의제의 모든 영역에서 상당한 진전**
* **2021회계연도 전망 업데이트: 수익 지침에 변경 없이 더 높은 매출 성장 전망**
* **유기적 매출 성장: +6.0 ~ +8.0%(이전: +4.0 ~ +6.0%)**
* **EBIT 마진\*: 13.5~14.5%(기존: 14.0~15.0%)**
* **우선주당순이익(EPS)\*: 일정한 환율에서 높은 한 자릿수에서 두 자릿수 중반까지의 비율 범위로 증가 (변경없음)**

**헨켈은 2021년 회계연도를 강력하게 시작한데 이어, 상반기 동안 다시 한번 성장을 가속화했으며, 통화 효과를 감안하면 이미 2019년의 위기 이전의 수준을 초과했다. 전 세계 수많은 시장에서 사회 및 경제 환경에 부정적인 영향을 미치는 코로나19 글로벌 위기의 지속적인 영향에도 불구하고 헨켈은 상반기에 상당한 매출 및 이익 성장을 달성했다. 유기적 매출 성장은 2021년 첫 6개월 동안 11.3%에 도달했다. 그룹 매출은 약 100억 유로에 달했으며 명목 기준으로 4.7% 증가했다.**

\* 일회성 비용 및 수입, 구조조정 비용에 대해 조정됨.

**조정 영업 이익은 20.1% 증가한 14억 3,000만 유로, 조정 EBIT 마진은 전년 동기 대비 1.9% 포인트 증가한 14.4%로 1.9% 포인트 증가했다. 고정 환율에서 우선주당 조정 순익은 30.1% 증가했다. 상반기에 높은 원자재 비용에 따른 영향은 특히 매우 강력한 볼륨 성장과 가격 인상, 엄격한 비용 관리 및 효율성 개선으로 상쇄되었다.**

**“헨켈은 2021년 상반기에 코로나19의 영향을 계속 받았습니다. 그럼에도 불구하고 매출과 이익에서 두 자릿수 성장을 달성했습니다. 매출 측면에서는 이미 통화 효과를 감안하여 2019년 위기 이전의 수준을 넘어섰습니다. 전 세계 직원들의 탁월한 팀워크 정신과 헌신, 그리고 성공적인 브랜드와 혁신 기술로 구성된 균형 있고 탄탄한 포트폴리오 덕분입니다.” 라고 헨켈의 CEO 카스텐 노벨(Carsten Knobel)이 말했다.**

**모든 사업부 및 지역이 2021년 상반기의 유기적 매출 성장에 기여했다. 접착 테크놀로지스 사업부가 상반기에 가장 높은 매출 성장을 달성했다. 이 사업부의 매출은 모든 지역과 사업 영역에서 유기적으로 증가했으며 전체적으로 두 자릿수 성장을 달성했다. 이러한 발전은 세계 경제의 상당한 회복에 의해 뒷받침되었다.**

**또한 뷰티 케어와 세제 & 홈케어 부문에서도 유기적 매출 성장을 달성했다. 그러나 개별 사업 영역에는 차이가 있었다. 뷰티 케어 사업부의 성장은 프로페셔널 부문에 의해 주도되었다. 팬데믹으로 인한 전년도의 저성장 이후로 두 자릿수 성장을 달성했다.**

**반면 소비재 사업은 2021년 상반기 바디 케어 분야에서 유기적 매출 감소와 시장 약화로 인해 전년도 수준을 밑돌았다. 세제 & 홈케어 사업부에서 성장은 주로 홈 케어 사업부에 의해 주도되었으며 상당한 유기적 매출 성장을 달성했다. 세제 사업부는 상당한 유기적 매출 성장을 기록했다.**

**카스텐 노벨(Carsten Knobel) CEO는 “우리는 상반기에 전략적 성장 의제 실행에 있어 계속 좋은 진전을 보였습니다. 적극적인 포트폴리오 관리의 일환으로 추가 브랜드와 사업을 계획대로 매각하거나 중단시켰습니다. 동시에 지속 가능한 브랜드 포트폴리오를 확장하기 위해 표적 인수를 했습니다. 올해 우리가 특별히 중점을 두는 것은 혁신, 지속 가능성, 그리고 디지털화 분야에서 경쟁력을 강화하고 회사 문화를 더욱 발전시키는 것입니다. 우리는 올해 상반기에 이 분야를 매우 잘 진행했으며 목적 있는 성장 의제를 잘 이행하고 있다고 생각합니다.”라고 덧붙였다.**

**2021 회계연도 전망 업데이트: 주당 순이익에 대한 지침 변경 없이 매출 성장 증가**

**카스텐 노벨(Carsten Knobel) CEO는 2021년 회계연도의 남은 기간에 대해 “전반적으로 대부분의 사업 부문에서 수요가 정상화되고 있는 것을 보고 있습니다. 그러나 2020년 하반기에 많은 지역에서 산업 수요가 회복되기 시작했으며, 경제가 지속적으로 회복하고 있음에도 불구하고 2021년 회계연도의 하반기에는 성장률이 크게 낮아질 가능성이 있습니다.**

**이와 동시에 팬데믹이 어떻게 진행될 것이며 소비와 산업 생산에 어떤 영향을 미칠지에 관해서는 여전히 큰 불확실성이 있습니다. 특히 원자재 가격의 이례적인 급상승과 긴장된 공급망은 올해 경제에 큰 부담을 줄 것입니다. 우리는 사업과 수익성에 미치는 영향을 최소화하기 위해 열심히 노력하고 있습니다.**

**우리는 또한 시장의 변화에 유연하고 신속하게 대응할 것이며 성장 의제의 실행을 지속적으로 추진할 것입니다. 위와 같은 환경을 고려하고 상반기의 매우 강력한 성과를 바탕으로 오늘 전체 지침을 업데이트했습니다. 원자재 비용 인플레이션으로 인한 역풍 상승에도 불구하고 우리는 매출 전망을 높이고 주당 순이익에 대한 기대치를 변경하지 않았습니다”라고 말했다.**

**헨켈은 현재 +6.0~+8.0%의 유기적 매출 성장과 13.5~14.5% 범위의 조정 매출 수익률(EBIT 마진)을 기대하고 있다. 고정 환율에서 조정된 우선주당순이익(EPS)의 경우, 한 자릿수에서 두 자릿수 중반까지 비율 범위가 계속해서 증가할 것으로 예상하고 있다.**

**2021년 상반기 그룹 매출 및 수익 실적**

헨켈 그룹의 2021년 상반기 **매출**은 99억 2,600만 유로로 전년 동기보다 4.7% 증가했다(Q2: 49억 5,800만 유로, +8.8%). 통화 효과 및 인수/매각의 영향을 제외한 **유기적 매출**은 +11.3%(Q2: +15.2%)의 두 자릿수 성장률을 보였다. 인수 및 매각으로 인한 기여는 +0.4%에 달했다(Q2: +0.1%). 통화 효과는 매출에 -7.0%의 부정적인 영향을 미쳤다(Q2: -6.5%).

**신흥 시장**은 +21.5%(Q2: +24.7%)의 유기적 매출 성장을 보였다. **성숙 시장**에서의 사업은 +4.5%(Q2: +8.8%)의 매우 강력한 유기적 매출 성장을 보여주었다.

**서유럽**의 상반기 매출은 +5.5%(Q2: +10.7%)의 유기적 매출 성장을 보였다. **동유럽**은 +17.6%의 유기적 매출 성장을 달성했다(Q2: +24.1%). **아프리카/중동**에서의 매출은 유기적으로 +26.4% 증가했다(Q2: +31.7%). **북미** 지역의 유기적 매출 성장은 +3.0%였다(Q2: +6.3%). **라틴 아메리카**는 +21.0%의 유기적 매출 성장을 기록했다(Q2: +34.2%). **아시아 태평양** 지역의 매출은 유기적으로 +20.8% 증가했다(Q2: +17.3%).

**조정 영업 이익(조정 EBIT)**은 전년 상반기 11억 9,100만 유로에서 14억 3,000만 유로로 +20.1% 증가했다.

**조정 매출 수익률(조정 EBIT)**은 12.6%에서 14.4%로 1.9% 포인트 증가했다.

**우선주당 조정 수익**은 2020년 상반기 1,96유로에서 2.40유로로 +22.4% 증가했다. 고정 환율에서 우선주당 조정 순익은 +30.1% 증가했다.

**순운전자본**은 더욱 개선되었다. 매출 비중은 3.6%로 전년(4.4%) 대비 80bp 하락했다.

**잉여 현금 흐름**은 4억 7,100만 유로로 특히 영업 활동으로 인한 현금 흐름 감소로 인해 2020년 상반기 수치(9억 4,000만 유로)보다 낮았다. 이와 같이 감소한 이유는 영업 이익이 증가함에 2020 회계연도 말에 비해 순운전자본이 크게 증가한 데 따른 것이며, 이는 부분적으로 매출량이 크게 증가한 데 기인한다.

2021년 6월 30일 현재 **순 재무 상태**는 -1,035백만 유로(2020년 12월 31일: -8억 8,800만 유로)이다.

## **2021년 상반기 사업부 실적**

2021년 상반기에 접착 기술 사업부의 매출은 전년도 기간의 4,153백만 유로에서 4,752백만 유로(Q2: 2,394백만 유로, +23.1%)로 명목상 +14.4% 증가했다.

유기적으로 매출은 +20.2% 증가했다(Q2: +28.5%). 상반기의 발전은 모든 지역과 사업 영역에서 글로벌 경제의 지속적인 회복에 큰 영향을 받았다.

2021년 상반기 조정 영업 이익은 +50.9% 증가하여 8억 2천만 유로에 도달했다. 조정 매출 수익률은 17.3%로 2020년 상반기보다 4.2% 높았다.

**뷰티 케어** 사업부의 2021년 상반기 **매출**은 +5.2%(Q2: +8.2%)의 유기적 발전을 보였다. 명목상 매출은 +1.1% 증가하여 18억 3,900만 유로(Q2: 9억 1,400만 유로, +3.5%)를 기록했다.

매출 성장은 주로 전년도 Q2에 팬데믹으로 인해 미용실이 폐쇄되어 큰 영향을 받은 프로페셔널 사업부가 강력하게 회복된 것에 기인한다. 2021년 상반기 **조정 영업 이익**은 전년 동기 대비 +6.8% 증가한 1억 8,300만 유로를 기록했다. 10.0%의 **조정 매출 수익**도 전년도 수준을 상회했다.

**세제 & 홈케어** 사업부는 2021년 상반기에 +3.9%의 **유기적 매출** 성장을 달성했다(Q2: +3.6%). 명목상 매출은 -5.3% 감소한 32억 7,500만 유로(Q2: 16억 1,900만 유로, -5.1%)를 기록했다. **조정 영업 이익**은 4억 9,000만 유로로 전년 동기 대비 -7.7% 감소했는데, 이는 주로 강한 환율 역풍 때문이다. 15.0%로 조정된 **매출 수익률**은 2020년 상반기 수준보다 약간 낮았으며 특히 원자재 비용 상승과 부정적인 통화 효과의 영향을 받았다.

**목적 있는 성장 의제: 상당한 진전**

CEO 카스텐 노벨(Carsten Knobel)은 "우리는 2021년 상반기에 성장 의제를 실행하기 위해 지속적으로 노력했습니다.” 라고 말했다. 헨켈은 적극적인 포트폴리오 관리 외에도 올해 성장 의제의 두 가지 측면에 집중하고 있다. 첫째, 혁신과 지속 가능성 및 디지털화를 더욱 강화하여 경쟁력을 확대하고자 한다. 둘째, 기업문화를 더욱 발전시키고자 한다. 헨켈은 2021년 상반기에 모든 분야에서 상당한 진전을 보였다.

헨켈은 적극적인 포트폴리오 관리의 일환으로 총 매출이 10억 유로가 넘는 브랜드와 분야를 확인했으며, 이 중 약 50%를 2021년 말까지 매각하거나 사업을 중단시킬 예정이다. 나머지 브랜드와 사업은 지속 가능한 실적 개선을 기대하고 있다.

현재까지 이러한 브랜드 및 사업 수익 기반의 60%가 개선된 매출 모멘텀을 보였다. 계속되는 시장 불확실성 속에서 헨켈은 소비재 사업 부문에서 총 매출이 약 3억 5천만 유로에 달하는 사업을 이미 중단하거나 매각했다. 또한 2021년 7월 Swania SAS 인수를 완료하여 지속 가능한 세제 & 홈케어 제품 시장에서 헨켈의 입지가 강화되었고 보완적 브랜드로 포트폴리오를 확장시켰다.

헨켈은 **경쟁 우위**를 더욱 강화하기 위해 영향력 있는 **혁신**을 가속화하고 **지속 가능 성장**을 차별화 요소로 높이며 회사의 **디지털 혁신**을 이행하고 있다.

헨켈 전략의 핵심은 성공적인 혁신을 통해 시장에서 명확한 차별화를 이루는 것이다. 이는 상반기 성장을 크게 뒷받침했다. 헨켈은 접착 테크놀로지스 부문에서 주요 고객과 공동 개발을 통해 5G 애플리케이션을 위한 혁신적인 열전도성 재료를 사용하여 두 자릿수 중반의 성장을 달성할 수 있었다.

뷰티 케어 부문은 내츄럴 앤 이지(Natural & Easy) 및 팔레트(Palette) 브랜드의 강력한 혁신으로 염색약 시장에서 크게 성장했으며 코로나19 이전보다 시장 점유율을 확보했다. 미용실 사업부문에서는 이고라 로얄(IGORA Royal) 브랜드를 재런칭하여 성장에 기여했다. 세제 & 홈케어 사업부는 소마트 액설런스 (Somat Excellence) 4 in 1 및 프릴 항균(Pril Antibacterial) 등의 성공적인 혁신에 힘입어 식기 세척 분야에서 세계 시장 점유율을 확대했다.

**지속 가능 성장**은 오랫동안 헨켈의 가장 큰 강점 중 하나 였다. 이러한 점은 정기적 순위와 등급으로 확인할 수 있으며 헨켈은 지속 가능성을 경쟁력 있는 차별화 요소로 활용하려는 것을 목표로 하고 있다.

예를 들면, 헨켈은 플라스틱 은행과의 파트너십을 크게 확대했다. 이 파트너십의 공동 목표는 환경을 위해 플라스틱 폐기물을 줄이는 동시에 빈곤에 처한 사람들의 삶을 개선하는 것이다. 헨켈과 플라스틱 은행은 이집트 카이로 인근에 처음으로 플라스틱 폐기물 수거 센터 세 곳을 열었다. 이 프로젝트는 헨켈과 플라스틱 은행 간의 성공적인 장기 파트너십 중 하나이다.

지속 가능성 영역의 발전은 소비자 및 산업 고객을 위한 제품에도 반영된다. 세제 & 홈케어 사업부의 새로운 러브 네이처(Love Nature) 브랜드는 독일의 지속 가능한 세제 및 홈 케어 제품 부문에서 빠르게 성장하여 이미 3위를 차지했다.

뷰티 케어 부문은 지속 가능한 포장 솔루션을 계속 확장했다. 네이처 박스(Nature Box) 브랜드를 위해 기존 포장보다 70% 이상 적은 플라스틱을 사용한 재활용 가능한 리필 포장이 개발되었다. 접착 테크놀로지스 부문은 신발을 위한 새로운 수성 접착 기술을 도입하여 여러 생산 단계를 제거하고 CO₂ 최대 30% 감소를 가능하게 했다.

헨켈은 혁신과 지속 가능성 다음으로 **디지털화**를 경쟁력 강화를 위한 핵심 수단으로 정의했다. 상반기에는 전 사업 부문에서 디지털 채널을 통한 매출 비중이 더욱 높아졌다. 소비재 사업 부문을 통합하면 30% 이상의 성장률을 달성했다.

접착 테크놀로지스 사업부에서는 디지털 방식으로 발생한 매출이 더욱 확대되었다. 2021년 상반기에는 전자상거래 플랫폼을 통해 두 자릿수 중반대의 성장률을 달성했다. 그 결과 전자상점을 통해 발생한 접착제 사업 매출 비중이 25% 이상으로 상승했다. 그룹 수준에서 디지털 매출의 점유율은 40% 증가하여 총 매출의 약 18%를 차지했다.

헨켈은 또한 모든 사업부에서 디지털화를 통해 경쟁 우위를 더욱 강화하기 위해 어도비(Adobe)와 전략적 파트너십을 체결했다. 디지털 비즈니스와 전자상거래를 위해 새로 개발된 데이터 기반 디지털 플랫폼은 헨켈의 디지털 혁신을 가속화하고 새로운 비즈니스 기회를 창출하기 위한 것이다.

헨켈의 목적 있는 성장 의제의 또 다른 핵심 요소는 기업 문화를 더욱 발전시키고 **문화적 변혁**을 가속화시키는 것이다. 헨켈은 협업 문화를 조성하는 것을 목표로 하고 있다. 올해 상반기에는 이러한 목표를 달성하고 직원들에게 자율권을 부여하기 위한 다양한 조치를 시작했다.

헨켈은 미래 업무를 위한 "스마트 워크"라는 새로운 전사적 개념을 개발하여 직원들에게 선보였다. 이는 포스트 코로나-19 시대의 현대적인 업무 환경을 반영한 것으로 직원들에게 더 많은 유연성과 하이브리드 워킹을 가능하게 해주는 것이다. 사무실에 상주할 필요가 없는 업무를 하는 직원의 경우 최대 40%까지 모바일로 작업이 가능하다.

헨켈은 또한 회사의 목적을 재정립했다. 직원들에게 진정성 있고 연관성 있는 목적 선언문 작성을 위해 전 세계 직원들이 참여했다. 그 핵심은 개척 정신이며 이는 창업 이래 우리 회사와 직원들의 특징이 되어왔다. 그리고 고객의 일상을 풍요롭게 하고 사회를 향상시키기 위해 노력하여 지속적인 가치를 창출하는 것이다.

카스텐 노벨(Carsten Knobel) CEO는 “우리의 목적 선언문 'Pioneers at heart for the good of generations'는 헨켈에서 우리가 누구이며, 우리를 하나로 묶는 것이 무엇이며, 우리가 세계에서 어떤 역할을 하고 싶은지를 담고 있습니다. 이것은 단순한 슬로건이나 용어 이상의 의미를 갖고 있습니다. 우리는 이 목적 선언문에 부응하기 위해 매일 최선을 다하고 있습니다.

우리는 직원, 고객, 소비자, 주주 그리고 현재와 미래 세대의 이익을 위해 우리의 개척적인 기업가 정신을 이용하고자 합니다. 그래서 우리가 이러한 목표를 공동으로 이해하고 그에 따라 행동을 의식적으로 조정하는 것이 중요합니다”라고 말했다.

CEO 카스턴 노벨은 "코로나19 전염병의 지속적인 역풍에도 불구하고 상반기에 성공적인 사업 개발과 전략적 의제를 구현하는 데 있어 상당한 진전을 이룬 것을 자랑스럽게 생각합니다. 우리는 계속해서 목적 있는 성장 의제를 추구할 것이며, 원자재 가격 상승과 긴장된 공급망으로 인한 문제를 감안하여 시장의 변화에 대응하기 위해 남은 한 해 동안 매우 유연하게 대처할 것입니다."라고 덧붙였다.

헨켈에 관하여

헨켈은 균형 잡힌 다양한 포트폴리오를 통해 전 세계적으로 사업을 운영하고 있다. 강력한 브랜드, 혁신 및 기술 덕분에 산업 및 소비자 부문의 3개 사업부에서 선도적인 위치를 차지하고 있다. 헨켈 접착 테크놀로지스는 전 세계 접착제 시장의 글로벌 리더이다.

헨켈의 세제 & 홈케어 및 뷰티 케어 부문은 전 세계의 많은 시장에서 선도적인 위치를 차지하고 있다. 1876년에 설립된 헨켈은 140년이 넘는 시간 동안 성공을 이루어 왔다. 2020년에는190억 유로 이상의 매출과 약 26억 유로의 조정 영업 이익을 기록했다.

헨켈은 전 세계적으로 약 53,000명의 직원을 두고 있다. 열정적이고 다양한 각 팀들은 강력한 기업 문화, 공동의 목적 및 공유 가치로 단결되어 있다. 지속 가능성 분야에서 인정받는 리더인 헨켈은 많은 국제 지수 및 순위에서 최고의 위치를 차지하고 있다. 헨켈의 우선주는 독일 주가지수 DAX에 상장되어 있다. 자세한 내용은 [www.henkel.com](http://www.henkel.com)에서 볼 수 있다.

1회 비용 및 소득, 재조직 비용을 위한 조정(forward-looking statement)

이 문서는 헨켈이 수행할 수 있는 미래 사업 개발, 재무 성과 및 기타 사건과 미래 적합성의 개발에 관한 서술을 포함하고 있습니다. 미래에 관한 보고서는 기대, 의도, 계획, 예상, 생각, 측정, 유사 조건과 같은 어휘 사용으로 특징됩니다. 이 정보에는 헨켈의 기업관리로 인한 현재 측정과 가정에 기반하여 만들어진 미래지향보고서가 들어있습니다. 이러한 보고서는 기대가 정확하게 나타난다고 보증하는 방식으로 이해해서는 안됩니다. 헨켈은 미래 실행과 결과를 실제로 성취했습니다. 자회사와 함께 여러 위험과 불확실성에도 미래지향보고서로 인해 실질적으로 차별화할 수 있었습니다. 이러한 여러 요인은 통제할 수 없고, 미래경제환경, 시장에 연루된 경쟁자 등의 활동처럼 먼저 정확하게 측정할 수 없습니다. 이러한 미래지향보고서는 기획이나 갱신이 계획되지 않았습니다.

이 문서에는 대체 실행 측정이 가능하거나 가능할 수 있는 보충 재무 지표가 정확히 규정되지 않은 재무 기록 기반에 포함되어 있습니다. 이러한 보충적인 재무 측정은 순자산과 재무변동의 측정이나 연결재무제표에 적용 가능한 재무기록 기반에 따라 제시된 운영결과를 분리하여 보거나 대체하는 것으로 보지 않아야 합니다. 유사한 이름으로 설명이나 기록된 다른 회사의 대체 실행 측정에서는 이와 다르게 측정될 수 있습니다.

정보용으로만 발행되었으며, 투자상담, 판매제안, 증권매입 제안권유를 위해 의도된 문서가 아닙니다.