12. august 2021

Implementácia strategickej agendy rastu je na dobrej ceste

**Spoločnosť Henkel zaznamenala v prvom polroku veľmi silné hospodárske výsledky – dvojciferný rast obratu aj výnosov**

* **Obrat skupiny organicky rástol o 11,3 % na približne 10 miliárd eur (nominálne +4,7 %), ku ktorému prispeli všetky obchodné divízie a regióny**
* **Prevádzkový zisk[[1]](#footnote-1)\* sa zvýšili na 1 430 mil. EUR: +20,1 %**
* **Marža EBIT\* sa zvýšila na 14,4 %: +1,9 percentuálneho bodu**
* **Výnos na prioritnú akciu (EPS) \* sa zvýšili o 22,4 % na 2,40 eur: +30,1 %, pri konštantných menových kurzoch**
* **Pokrok dosahujeme vo všetkých oblastiach agendy pre zmysluplný rast**
* **Aktualizovaný výhľad na finančný rok 2021: vyšší rast obratu pri neznemených výnosoch**
* **Organický rast obratu: zo 6,0 na 8,0 percent (predtým: zo 4,0 na 6,0 percent)**
* **Marža EBIT\*: z 13,5 na 14,5 percent (predtým: zo 14,0 na 15,0 percent)**
* **Výnos na prioritnú akciu (EPS) \*: Percentuálne zvýšenie v rozsahu od hornej časti prvej do polovice druhej desiatky pri nezmenených sadzbách (nezmenený výhľad)**

**Düsseldorf – Po dobrom štarte do finančného roka 2021 spoločnosť Henkel v prvom polroku opäť zrýchlila svoj rast, ktorý po očistení o kurzové vplyvy už prevýšil predkrízovú úroveň z roku 2019. Napriek pretrvávajúcim nepriaznivým dosahom globálnej koronakrízy na sociálne a hospodárske prostredie v mnohých krajinách sveta Henkel v prvom polroku dosiahol výrazný rast obratu aj výnosov. Organický rast obratu bol za prvých šesť mesiacov roka 2021 na úrovni 11,3 %. Obrat na úrovni skupiny dosiahol približne 10 miliárd eur, čo nominálne predstavuje zvýšenie o 4,7 %.**

**Upravený prevádzkový zisk sa zvýšil o 20,1 % na 1 430 mil. eur a upravená marža EBIT zaznamenala v medziročnom porovnaní zvýšenie o 1,9 percentuálneho bodu na hodnotu 14,4 %. Upravený výnos na prioritnú akciu sa pri konštantných kurzových sadzbách zvýšil o 30,1 %. Vplyv vysokých cien vstupných surovín v prvom polroku sa podarilo vyrovnať vysokým rastom objemu predaja a vyššími cenami, ako aj prísnym riadením nákladov a zlepšením efektívnosti.**

**„Aj v prvom polroku 2021 bola spoločnosť Henkel ovplyvnená pandémiou ochorenia COVID-19. Napriek tomu sme dosiahli dvojciferný rast obratu aj výnosov. Po úprave o kurzové vplyvy sme z pohľadu obratu už prekonali predkrízovú úroveň z roku 2019. Vďačíme za to najmä výnimočnému tímovému duchu a nasadeniu našich zamestnancov na celom svete, ako aj vyváženému a odolnému portfóliu našich úspešných značiek a inovatívnych technológií v spotrebiteľských aj priemyselných segmentoch,“ povedal predseda predstavenstva spoločnosti Henkel Carsten Knobel.**

**Na organickom raste obratu sa v prvom polroku 2021 podieľali všetky obchodné divízie a regióny. Silný rast obratu zaznamenala divízia Adhesive Technologies. Organický obrat sa jej podarilo zvýšiť vo všetkých regiónoch a obchodných segmentoch, pričom celkovo dosiahla dvojciferný rast. K tomuto priaznivému vývoju prispelo výrazne oživenie svetového hospodárstva. Zvýšenie organického obratu zaznamenali aj divízie Beauty Care a Laundry & Home Care. Obraz v jednotlivých obchodných segmentoch bol však zmiešaný. V prípade divízie Beauty Care bol hlavným zdrojom rastu segment profesionálnej kozmetiky. Po slabšom raste v predchádzajúcom roku, ktorý spôsobila pandémia, sa jej výsledok vrátil do dvojciferných čísel. Na druhej strane, rast v segmente spotrebného tovaru v prvom polroku 2021 zaostal za hodnotami z rovnakého obdobia predchádzajúceho roka v dôsledku poklesu organického obratu v kategórii telovej kozmetiky, ktorý bol zapríčinený aj výrazným oslabením trhov. Rast divízie Laundry & Home Care bol ťahaný predovšetkým segmentom čistiacich produktov pre domácnosti, v ktorom zaznamenala výrazný rast organického obratu. Segment pracích prostriedkov dosiahol dobrý nárast organického obratu.**

**„V prvom polroku sme pokračovali v implementácii našej strategickej agendy rastu. V rámci aktívneho riadenia nášho portfólia sme podľa plánov odpredali alebo zrušili ďalšie značky a obchodné činnosti. Zároveň sme urobili cielené akvizície na rozšírenie portfólia udržateľných značiek. Tento rok sa osobitne zameriavame na posilnenie svojej konkurencieschopnosti v oblasti inovácií, udržateľnosti a digitalizácie a na ďalší rozvoj firemnej kultúry. V týchto oblastiach sa nám v prvom polroku darilo veľmi dobre a sme presvedčení, že implementácia našej agendy pre zmysluplný rast je na dobrej ceste,“ dodal Carsten Knobel.**

**Aktualizovaný výhľad na finančný rok 2021: vyšší rast obratu pri nezmenených výnosoch**

**Pri pohľade na zvyšok finančného roka 2021 Knobel povedal: „Vidíme, že dopyt vo väčšine našich obchodných segmentov sa celkovo normalizuje. A potom, ako sa v druhom polroku 2020 začal priemyselný dopyt v mnohých regiónoch oživovať, rast v druhej polovici finančného roka 2021 bude pravdepodobne aj napriek pokračujúcemu hospodárskemu oživovaniu dosahovať výrazne nižšie úrovne. Zároveň však stále panuje veľká neistota, ako sa bude pandémia vyvíjať a ako zasiahne spotrebu a priemyselnú produkciu. Predovšetkým výnimočne prudký rast cien surovín a vyťažené dodávateľské reťazce budú silno ovplyvňovať ekonomiku vo zvyšnom období tohto roka. Usilovne pracujeme a prijímame rozsiahle opatrenia, aby sme tieto negatívne vplyvy na naše podnikanie a ziskovosť obmedzili. Zároveň budeme naďalej flexibilne a rýchlo reagovať na zmeny na našich trhoch a neprestávame v dôslednej implementácii našej agendy rastu. Vzhľadom na vyššie uvedené podmienky a na základe našich veľmi silných výsledkov za prvý polrok sme dnes aktualizovali svoj celoročný výhľad. Zvýšili sme prognózu rastu obratu a očakávame, že výnosy na akciu ostanú nezmenené – aj napriek zhoršujúcim sa vplyvom cenovej inflácie vstupných surovín.“**

**Spoločnosť Henkel teraz očakáva rast organického obratu v rozsahu 6,0 až 8,0 % a upravenú výnosnosť predaja (marža EBIT) v rozsahu 13,5 až 14,5 %. Pri upravenom výnose na prioritnú akciu (EPS) pri konštantných sadzbách Henkel naďalej očakáva jeho percentuálne zvýšenie v rozsahu od hornej časti prvej do polovice druhej desiatky.**

**Obrat a zisk na úrovni skupiny v prvom polroku 2021**

**Obrat** skupiny Henkel za prvý polrok 2021 v celkovej výške 9 926 mil. eur bolo o 4,7 % vyšší v porovnaní s rovnakým obdobím predchádzajúceho roka (2. štvrťrok: 4 958 mil. eur, +8,8 %). **Organický obrat,** do ktorého sa nezapočítavajú kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredaja, zaznamenal dvojciferný rast o 11,3 % (2. štvrťrok: +15,2 %). Príspevok akvizícií a odpredajov predstavoval 0,4 % (2. štvrťrok: +0,1 %). Kurzový vývoj mal na obrat negatívny vplyv vo výške -0,7 % (2. štvrťrok: -6,5 %).

**Rozvíjajúce sa trhy** vykázali rast organického obratu o 21,5 % (2. štvrťrok: +24,7 %), zatiaľ čo **vyspelé trhy** zaznamenali rast organického obratu na úrovni 4,5 % (2. štvrťrok: +8,8 %).

V **západnej Európe** dosiahol rast organického obratu v prvom polroku výšku 5,5 % (2. štvrťrok: +10,7 %). **Východná Európa** dosiahla zvýšenie organického obratu na úrovni 17,6 %(2. štvrťrok: +24,1 %). V **Afrike a na Strednom východe** obrat organicky vzrástol o 26,4 % (2. štvrťrok: +31,7 %). V **Severnej Amerike** sa organický obrat zvýšil o 3,0 % (2. štvrťrok: +6,3 %), kým v **Latinskej Amerike** to bolo až o 21,0 % (2. štvrťrok: +34,2 %). V **ázijsko-pacifickom** regióne sa obrat organicky zvýšil o 20,8 % (2. štvrťrok: +17,3 %).

**Upravený prevádzkový zisk (upravená EBIT)** sa zvýšil o 20,1 %, z 1 191 mil. eur v prvom polroku minulého roka na terajších 1 430 mil. eur.

**Upravená výnosnosť predaja (upravená EBIT)** sa zvýšila o 1,9 percentuálneho bodu, z 12,6 % na 14,4 %.

**Upravený výnos na prioritnú akciu** sa zvýšili o 22,4 %, z 1,96 eura v prvom polroku 2020 na 2,40 eura. Upravený výnos na prioritnú akciu sa pri konštantných kurzových sadzbách zvýšil o 30,1 %.

Ďalej sa zlepšoval **čistý prevádzkový kapitál.** Na úrovni 3,6 % z obratu zaostal za úrovňou z rovnakého obdobia predchádzajúceho roka o 80 percentuálnych bodov (4,4 %).

**Voľný cash flow** v hodnote 471 mil. eur bol nižší v porovnaní s prvým polrokom 2020 (940 mil. eur), a to najmä z dôvodu slabšieho cash flowu z prevádzkových činností. Pri vyššom prevádzkovom zisku bol pokles výsledkom výrazného zvýšenia čistého prevádzkového kapitálu v porovnaní s koncom finančného roka 2020, ktorý bol čiastočne spôsobený značným zvýšením objemov predaja.

K 30. júnu 2021 bola **čistá finančná pozícia** vo výške -1 035 mil. eur (31. december 2020: -888 mil. eur).

## **Výsledky obchodných divízií v prvom polroku 2021**

V prvom polroku 2021 sa **obrat** divízie **Adhesive Technologies** nominálne zvýšil o 14,4 %, zo 4 153 mil. eur v rovnakom období predchádzajúceho roka na súčasných 4 752 mil. eur (2. štvrťrok: 2 394 mil. eur, +23,1 %). **Organicky** rástol o 20,2 % (2. štvrťrok: +28,5 %). Vývoj v prvom polroku bol výrazne ovplyvnený pokračujúcim oživovaním svetovej ekonomiky vo všetkých regiónoch a obchodných segmentoch. **Upravený prevádzkový zisk** vzrástol v prvom polroku 2021 o 50,9 % a dosiahol 820 mil. eur. Na úrovni 17,3 % bola **upravená výnosnosť predaja** o 4,2 % vyššia než v prvom polroku 2020.

Obchodná divízia **Beauty Care** zaznamenala v prvom polroku 2021 pozitívny organický vývoj **obratu** na úrovni 5,2 % (2. štvrťrok: +8,2 %). Nominálne sa obrat zvýšil o 1,1 % a dosiahol 1 839 mil. eur (2. štvrťrok: 914 mil. eur, +3,5 %). Rast obratu ťahá najmä výrazné oživenie v segmente profesionálnej kozmetiky, ktorý bol v druhom štvrťroku minulého roka ťažko zasiahnutý pandemickými lockdownami, ktoré viedli k zatvoreniu kaderníckych salónov. **Upravený prevádzkový zisk**, ktorý v prvom polroku 2021 dosiahol výšku 183 mil. eur a bol o 6,8 % vyšší než v rovnakom období predchádzajúceho roka. Medziročne vyššia bola aj **upravená výnosnosť predaja** na úrovni 10,0 %.

Obchodná divízia **Laundry & Home Care** vygenerovala rast **organického obratu** vo výške 3,9 % v prvom polroku 2021 (2. štvrťrok: +3,6 %). Nominálne však obrat klesol o 5,3 % na 3 275 mil. eur (2. štvrťrok: 1 619 mil. eur, -5,1 %). **Upravený prevádzkový zisk** vo výške 490 mil. eur zaostal za úrovňou predchádzajúceho roka o 7,7 % predovšetkým z dôvodu horšieho kurzového vývoja. **Upravená výnosnosť predaja**, ktorá dosiahla 15,0 %, mierne zaostala za úrovňou z prvého polroka 2020, k čomu prispeli najmä vyššie náklady na suroviny a nepriaznivý kurzový vývoj.

**Agenda pre zmysluplný rast: výrazný pokrok**

„Dôsledne sme pracovali na implementácii našej agendy rastu v prvej polovici roka 2021,“ povedal Carsten Knobel. Okrem aktívneho riadenia portfólia sa Henkel zameriava na dva aspekty svojej agendy rastu v súčasnom roku: v prvom rade chce zvýrazniť svoju konkurenčnú výhodu ďalším posilňovaním inovácií, udržateľnosti a digitalizácie. Po druhé, spoločnosť chce ďalej zlepšovať svoju firemnú kultúru. Vo všetkých oblastiach zaznamenala v prvom polroku 2021 výrazný pokrok.

V rámci aktívneho riadenia svojho portfólia spoločnosť Henkel identifikovala značky a kategórie produktov s celkovým objemom obratu viac než jedna miliarda eur, z ktorých približne 50 % plánuje do roku 2021 odpredať alebo zrušiť ich výrobu. V prípade zostávajúcich značiek a obchodných činností by sa malo dosiahnuť udržateľné zlepšovanie výsledkov. K dnešnému dátumu sa dynamika hlavných parametrov zlepšila v 60 % príjmovej základne takýchto značiek a obchodných činností. Napriek pretrvávajúcej neistote na trhu spoločnosť Henkel celkovo zrušila výrobu alebo odpredala obchodné činnosti s celkovým objemom obratu približne 350 mil. eur, a to predovšetkým v spotrebiteľských segmentoch. Okrem toho sa akvizíciou spoločnosti Swania SAS, ktorá bola zavŕšená v júli 2021, posilnila pozícia spoločnosti Henkel na trhu s udržateľnými výrobkami v segmente pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť, pričom svoje portfólio rozšírila o ďalšie značky.

V záujme ďalšieho zvýrazňovania svojej **konkurenčnej výhody** spoločnosť Henkel zrýchľuje svoje úsilie v oblasti prínosných **inovácií**, posilňuje **udržateľnosť** ako rozlišovací faktor a zintenzívňuje svoju **digitálnu** transformáciu.

Kľúčovým pilierom stratégie spoločnosti Henkel je jednoznačná diferenciácia na trhu prostredníctvom úspešných **inovácií**. S ich podporou bol v prvej polovici roka dosiahnutý značný rast. V divízii Adhesive Technologies zaznamenala spoločnosť Henkel rast v stredných dvojciferných hodnotách vďaka inovatívnym tepelne vodivým materiálom pre 5G aplikácie, ktoré boli vyvíjané spoločne s významnými výrobcami. Divízia Beauty Care prekonala rast trhu prostredníctvom dôležitých inovácií v segmente farieb na vlasy v rámci obchodných značiek Natural & Easy a Palette, pričom zvýšila svoj podiel na trhu v porovnaní s obdobím pred pandémiou ochorenia COVID-19. V oblasti profesionálnej vlasovej kozmetiky prispelo k obchodnému rastu opätovné naštartovanie značky IGORA Royal. S úspešnými inováciami, ako napr. v prípade produktov Somat Excellence 4in1 Caps a Pril Antibacterial, rozšírila divízia Laundry & Home Care svoj globálny trhový podiel v segmente umývania riadu.

Už po dlhý čas je **udržateľnosť** jednou z najsilnejších stránok spoločnosti Henkel. Jej vedúcu pozíciu pravidelne potvrdzujú ratingy a rebríčky, pričom udržateľnosť je pre Henkel faktorom, ktorým sa odlišuje od konkurencie.

Spoločnosť Henkel napríklad výrazne posilnila svoje partnerstvo s Plastic Bank. Jeho spoločným cieľom je predchádzať hromadeniu odpadov v životnom prostredí a zároveň zlepšovať životy ľudí, ktorí žijú v chudobe. Henkel a Plastic Bank otvorili tri zberné miesta pre plastový odpad v Egypte v blízkosti Káhiry. Tento projekt je súčasťou úspešného dlhodobého partnerstva medzi spoločnosťami Henkel a Plastic Bank.

Pokrok v oblasti udržateľnosti sa odzrkadľuje aj vo výrobkoch pre spotrebiteľov a zákazníkov v priemyselných odvetviach. V rámci divízie Laundry & Home sa nová obchodná značka Love Nature dostala v Nemecku na tretie miesto v rýchlo rastúcom segmente pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť. Divízia Beauty Care ďalej pokračovala v rozširovaní udržateľných obalových riešení. V prípade recyklovateľných obalov na opakované náplne, ktoré boli vyvinuté pre značku Nature Box, sa používa o 70 % menej plastov než pri konvenčných obaloch. Divízia Adhesive Technologies zaviedla v prípade obuvi novú technológiu spájania materiálov na báze vody, čím sa odstráni niekoľko výrobných krokov a zníži sa množstvo CO₂ až o 30 %.

Okrem inovácií a udržateľnosti spoločnosť Henkel definovala **digitalizáciu** ako kľúčový faktor pre posilňovanie svojej konkurencieschopnosti. V prvej polovici roka sa podiel na obrate sprostredkovaný digitálnymi kanálmi ďalej zvýšil v rámci všetkých obchodných divízií. Za všetky spotrebiteľské segmenty sa celkovo dosiahol rast o viac než 30 percent. V prípade divízie Adhesive Technologies ďalej rástol obrat sprostredkovaný digitálnymi technológiami. Prostredníctvom svojej elektronickej obchodnej platformy sa v prvej polovici roka 2021 dosiahol rast v stredných dvojciferných percentuálnych hodnotách. V dôsledku toho sa podiel obratu v segmente lepidiel Adhesives, ktorý bol dosiahnutý prostredníctvom e-shopu, zvýšil na viac než 25 %. Na úrovni skupiny sa podiel obratu dosiahnutý prostredníctvom digitálnych technológií zvýšil o 40 % až na približne 18 % z celkového obratu.

Okrem toho spoločnosť Henkel vstúpila do strategického partnerstva s Adobe – v záujme   ďalšieho posilnenia konkurenčnej výhody prostredníctvom digitalizácie v rámci všetkých obchodných činností. Novo-vyvinutá digitálna platforma založená na dátach, ktorá je určená pre digitálne podnikanie a elektronický obchod, sa zameriava na zrýchľovanie digitálnych inovácií a vytváranie obchodných príležitostí pre spoločnosť Henkel.

Rozvíjanie firemnej kultúry spoločnosti Henkel a zrýchľovanie **kultúrnej transformácie** sú ďalšími kľúčovými prvkami agendy zmysluplného rastu. Spoločnosť sa snaží posilniť kultúru spolupráce. V prvej polovici roka pokračovala v zavádzaní celého súboru opatrení na dosiahnutie tohto cieľa a posilnenie postavenia zamestnancov.

Spoločnosť Henkel vytvorila novú holistickú koncepciu s názvom „Smart Work” o spôsobe práce v budúcnosti a predstavila ju svojim zamestnancom. Odzrkadľuje moderné pracovné prostredie pre novú éru po pandémii ochorenia COVID-19 s cieľom ponúknuť viac flexibility a podporiť hybridný spôsob práce. V prípade pozícií, ktoré nevyžadujú neustálu prítomnosť na pracovisku, táto koncepcia umožňuje zamestnancom odpracovať až 40 % svojho pracovného času prostredníctvom mobilných technológií. Spoločnosť nanovo definovala aj svoje poslanie. Do jeho prípravy boli zapojení zamestnanci po celom svete s cieľom zabezpečiť, aby poslanie misie bolo pre zamestnancov autentické a relevantné. Jeho jadrom je priekopnícky duch, ktorý je charakteristický pre spoločnosť a jej pracovníkov už od založenia a zároveň predstavuje motivačný faktor pre všetkých pracovníkov. A takisto ide aj o snahu obohacovať a zlepšovať život každý deň, či už v prípade samotných zákazníkov alebo spoločnosti ako celku, pričom sa súčasne vytvára trvalá hodnota.

„Poslanie našej misie s názvom „Pioneers at heart for the good of generation” (Priekopníci v centre diania pre blaho generácií) opisuje to, kým v spoločnosti Henkel sme, čo nás spája a akú úlohu chceme zohrávať vo svete. Zďaleka nejde len o slogan alebo módne slová. Cítime hlboký záväzok napĺňať ich zmysel každý jeden deň. Nášho priekopníckeho a podnikateľského ducha chceme ďalej rozvíjať – pre našich zamestnancov, zákazníkov a spotrebiteľov, našich akcionárov a pre blaho súčasných a budúcich generácií,“ povedal Carsten Knobel. „Z tohto dôvodu je dôležité, aby sme spoločne chápali naše poslanie a s plným vedomím v tomto zmysle aj konali.“

„Sme hrdí na úspešný obchodný vývoj v prvej polovici roka a značný pokrok, ktorý sme dosiahli v realizácii našej strategickej agendy, a to aj napriek pretrvávajúcemu nepriaznivému vývoju v súvislosti s pandémiou ochorenia COVID-19,“ vysvetlil Knobel. „Budeme sa naďalej dôsledne držať našej agendy zmysluplného rastu a počas zostávajúcich mesiacov tohto roka budeme uplatňovať vysoko flexibilný prístup pri reagovaní na zmeny na našich trhoch vzhľadom na výzvy, ktoré so sebou prinášajú rastúce ceny surovín a vyťažené dodávateľské reťazce.“

**O spoločnosti Henkel**

Spoločnosť Henkel pôsobí celosvetovo s vyrovnaným a diverzifikovaným portfóliom produktov. Vďaka silným značkám, inováciám a technológiám zastáva Henkel vedúce postavenie na trhu tak v spotrebiteľských, ako aj priemyselných odvetviach. V oblasti lepidiel je Henkel divízia Adhesive Technologies celosvetovým lídrom na trhu v rámci všetkých priemyselných segmentov. V oblastiach Laundry & Home Care a Beauty Care je Henkel na vedúcich pozíciách na viacerých trhoch a v kategóriách vo svete. Spoločnosť bola založená v roku 1876 a má za sebou viac než 140 úspešných rokov. V roku 2020 dosiahla obrat vo výške 19 mld. eur a upravený prevádzkový zisk približne vo výške 2,6 mld. eur. Henkel zamestnáva 53 000 ľudí po celom svete, ktorí spolu tvoria zanietený a veľmi rôznorodý tím, ktorý spája silná firemná kultúra a spoločný záujem vytvárať trvalo udržateľné hodnoty a ktorý zdieľa spoločné hodnoty. Ako uznávaný líder v oblasti udržateľnosti je Henkel na popredných priečkach v mnohých medzinárodných indexoch a hodnoteniach. Prioritné akcie spoločnosti Henkel sú kótované na nemeckom akciovom indexe DAX. Viac informácií nájdete na stránke [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

**O spoločnosti Henkel Slovensko**

Na Slovensku pôsobí Henkel vo všetkých troch strategických oblastiach už od roku 1991 a zároveň je HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. pôsobiskom najväčšej expertnej pobočky Global Business Solutions+ spoločnosti Henkel celosvetovo. Global Business Solutions+ Bratislava ‏(GBS+ Bratislava) patrí od svojho založenia v roku 2006 k dôležitej súčasti spoločnosti Henkel, zabezpečujúcej služby v Európe a globálne  vo viac než 30 jazykoch. V súčasnosti zamestnáva viac než 1 600 pracovníkov. HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. predáva viac ako 50 značiek a dnes zamestnáva, spolu s GBS+ Bratislava, viac ako 1 800 pracovníkov. Viac informácií nájdete na stránke [www.henkel.sk](http://www.henkel.sk).

Tento dokument obsahuje výhľadové stanoviská opierajúce sa o aktuálne odhady a predpoklady vypracované manažmentom spoločnosti Henkel AG & Co. KGaA. Stanoviská týkajúce sa budúceho vývoja charakterizuje použitie takých slovných zvratov ako „očakávať“, „zamýšľať“, „plánovať“, „predpokladať“, „domnievať sa“, „odhadovať“ a podobných výrazov. Takéto stanoviská nie je možné chápať ako zaručujúce akýmkoľvek spôsobom, že dané predikcie sú presné. Budúca výkonnosť ako aj reálne dosiahnuté výsledky spoločnosti Henkel AG & Co. KGaA a jej sesterských spoločností závisia od celého radu rizikových faktorov a neistôt, a preto sa môžu podstatne odkláňať od výhľadových stanovísk. Na mnohé z nich spoločnosť Henkel nemá priamy dosah a vopred ich nie je možné presne odhadnúť, ako napríklad, aké bude ekonomické prostredie v budúcnosti a aké budú kroky konkurentov a iných subjektov pôsobiacich na trhu. Spoločnosť Henkel nemá v úmysle a ani neprijme kroky na účely aktualizácie týchto stanovísk.

Tento dokument obsahuje doplňujúce finančné ukazovatele, ktoré nie sú jednoznačne definované v platnom rámci finančného výkazníctva, ktoré predstavujú alebo môžu predstavovať alternatívne ukazovatele finančnej výkonnosti. Tieto doplňujúce finančné ukazovatele by sa nemali vykladať osobitne alebo ako alternatívne ukazovatele k ukazovateľom čistých aktív a finančných pozícií spoločnosti Henkel alebo k výsledkom podnikania, ktoré sú v súlade s platným rámcom finančného výkazníctva prezentované v konsolidovanej účtovnej závierke spoločnosti. Iné spoločnosti, ktoré vykazujú alebo uvádzajú alternatívne ukazovatele výkonnosti s podobnými názvami, môžu počítať ich hodnoty odlišne.

Tento dokument slúži výlučne na informačné účely a nepredstavuje investičnú radu ani ponuku na predaj alebo kúpu akýchkoľvek cenných papierov.

**Kontakty**

**Investori a analytici** **Tlač a médiá**

**Lars Korinth** **Lars Witteck**

Tel. +49 211 797 - 1631 Tel. +49 211 797 - 2606

Email: [lars.korinth@henkel.com](mailto:lars.korinth@henkel.com) Email: [lars.witteck@henkel.com](mailto:lars.witteck@henkel.com)

**Manuel Bösing Wulf Klüppelholz**

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

Email: [manuel.boesing@henkel.com](mailto:manuel.boesing@henkel.com) Email: [wulf.klueppelholz@henkel.com](mailto:wulf.klueppelholz@henkel.com)

**Jennifer Ott Hanna Philipps**

Tel. +49 211 797 - 2756 Tel. +49 211 797 - 3626

Email: [jennifer.ott@henkel.com](mailto:jennifer.ott@henkel.com) Email: [hanna.philipps@henkel.com](mailto:hanna.philipps@henkel.com)

**Dr. Dennis Starke Linda Gehring**

Tel. +49 211 797 - 5601 Tel. +49 211 797 - 7265

Email: [dennis.starke@henkel.com](mailto:dennis.starke@henkel.com) Email: [linda.gehring@henkel.com](mailto:linda.gehring@henkel.com)

Zuzana Kaňuchová

Riaditeľka korporátnej komunikácie

Telefón: +421 917 160 597

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

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

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

1. \* Upravené o jednorazové výdavky a príjmy a náklady na reštrukturalizáciu. [↑](#footnote-ref-1)