12 สิงหาคม 2564

การดำเนินการตามวาระการเติบโตเชิงกลยุทธ์เป็นไปตามเป้าหมาย

**เฮงเค็ลมีผลประกอบการที่แข็งแกร่งมากในครึ่งปีแรก – ยอดขายและผลกำไรเติบโตเป็นตัวเลขสองหลัก**

* **ยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales)ของกลุ่มเติบโต +11.3% อยู่ที่ประมาณ 10,000 ล้านยูโร (nominal +4.7%) โดยได้แรงหนุนจากหน่วยธุรกิจและภูมิภาคทั้งหมด**
* **กำไรจากการดำเนินงาน\* เพิ่มขึ้นเป็น 1,430 ล้านยูโร เพิ่มขึ้น +20.1%**
* **อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (EBIT margin)\* เพิ่มขึ้นเป็น 14.4%, +1.9 เบสิสพอยท์**
* **รายได้ต่อหุ้นบุริมสิทธิ (EPS)\* เติบโตขึ้น +22.4% เป็น 2.40 ยูโร+30.1% ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่**
* **มีความก้าวหน้าที่ดีในทุกด้านของวาระการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมาย**
* **อัปเดตแนวโน้มสำหรับปีงบประมาณ 2564: การเติบโตของยอดขายสูงขึ้นโดยคาดการณ์ทางอัตรากำไรไม่เปลี่ยนแปลง**
* **การเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales): +6.0 ถึง +8.0% (จากเดิม: +4.0 ถึง +6.0%)**
* **อัตรากำไรจากการดำเนินงาน EBIT margin\*: 13.5 ถึง 14.5% (จากเดิม: 14.0 ถึง 15.0%)**
* **กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิ (EPS) \*: เพิ่มขึ้นจากตัวเลขหลักเดียวช่วงร้อยละ 8-9 เป็นเลขสองหลักในช่วงร้อยละ 15-17 ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่**

**ดุสเซลดอร์ฟ – หลังจากเริ่มต้นปีงบประมาณ 2564 อย่างแข็งแกร่ง เฮงเค็ลได้เร่งการเติบโตอีกครั้งในช่วงครึ่งปีแรก และหลังปรับผลกระทบจากค่าเงินแล้ว ยังคงเกินระดับก่อนเกิดวิกฤตในปี 2562 แม้จะมีผลกระทบของวิกฤตโควิด 19 ทั่วโลกที่ยังคงดำเนินต่อไป ส่งผลเสียต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจในหลายตลาดทั่วโลก เฮงเค็ลยังคงประสบความสำเร็จในด้านยอดขายและการเติบโตของรายได้ในช่วงครึ่งปีแรก การเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) ถึง 11.3% ในช่วงหกเดือนแรกของปี 2564 ยอดขายของกลุ่มบริษัทมีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านยูโร เพิ่มขึ้น 4.7%** **ในแง่มูลค่าในรูปตัวเงิน**

**กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้วเพิ่มขึ้น 20.1% เป็น 1,430 ล้านยูโร และอัตรากำไรจากการดำเนินงาน (EBIT margin) ที่ปรับปรุงแล้วเพิ่มขึ้น 1.9 เบสิสพอยท์และสูงถึง 14.4% เพิ่มขึ้น 1.9 เบสิสพอยท์เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับปรุงแล้วเพิ่มขึ้น 30.1% ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ ผลกระทบของต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้นในครึ่งปีแรกได้รับการชดเชยโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการเติบโตของปริมาณการขายที่แข็งแกร่งมาก เช่นเดียวกับการขึ้นราคาสินค้า และการจัดการต้นทุนที่เข้มงวดและการปรับปรุงประสิทธิภาพ**

**“ในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 เฮงเค็ลยังคงได้รับผลกระทบจากการระบาดใหญ่ของโควิด19 อย่างไรก็ตาม เรามียอดขายและรายได้เติบโตเป็นเลขสองหลัก ในแง่ของยอดขาย เราสามารถก้าวข้ามระดับก่อนเกิดวิกฤตปี 2562 หลังปรับผลกระทบของสกุลเงินแล้ว ซึ่งต้องขอบคุณจิตวิญญาณของทีมที่โดดเด่นและความมุ่งมั่นของพนักงานของเราทั่วโลก ตลอดจนผลงานแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จและนวัตกรรมที่สมดุลและแข็งแกร่งของเราในธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคและอุตสาหกรรม” คาร์สเทน โนเบล ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเฮงเค็ลกล่าว**

**หน่วยธุรกิจและภูมิภาคทั้งหมดมีส่วนสนับสนุนการเติบโตของยอดขายในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีกาวมียอดขายเติบโตอย่างแข็งแกร่งที่สุดในครึ่งปีแรกโดยสามารถเพิ่มยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) ทั่วทุกภูมิภาคและทุกหน่วยธุรกิจ โดยรวมแล้วมีการเติบโตเป็นเลขสองหลัก การพัฒนานี้ได้รับการสนับสนุนจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์และผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน เฮงเค็ลประสบความสำเร็จด้านยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) อย่างไรก็ตาม ภาพดังกล่าวถูกผสมผสานโดยคำนึงถึงแต่ละหน่วยธุรกิจ ในหน่วยธุรกิจบิวตี้แคร์ การเติบโตนั้นขับเคลื่อนโดยธุรกิจสำหรับมืออาชีพ หลังจากการเติบโตที่ถดถอยในปีที่ผ่านมาอันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของโควิด19 ก็ได้มีการเติบโตที่ดีเป็นตัวเลขสองหลัก ในทางกลับกัน ธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคนั้นมีระดับต่ำกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อนในครึ่งแรกของปี 2564 เนื่องจากยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) ที่ลดลงในหมวดบอดี้แคร์ ซึ่งเป็นผลมาจากตลาดที่อ่อนตัวลงอย่างมีนัยสำคัญ ด้านผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน การเติบโตส่วนใหญ่ได้รับแรงหนุนจากธุรกิจผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในการเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) ด้านธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างมียอดขายสุทธิเติบโตที่ดี**

**“เรายังคงเดินหน้าดำเนินการตามวาระการเติบโตเชิงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่องในช่วงครึ่งแรกของปี ด้านการจัดการพอร์ตโฟลิโอ เรายังคงดำเนินการขายหรือยกเลิกแบรนด์และธุรกิจเพิ่มเติมตามแผนที่วางไว้ ในขณะเดียวกัน เราก็ได้ดำเนินการเข้าซื้อกิจการตามเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อขยายพอร์ตโฟลิโอแบรนด์ที่ยั่งยืนของเรา เป้าหมายพิเศษของเราในปีนี้คือการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในด้านนวัตกรรม ความยั่งยืน การเดินหน้าสู่ดิจิทัล และการพัฒนาด้านวัฒนธรรมองค์กรต่อไป ซึ่งเรามีความก้าวหน้ามากขึ้นในช่วงครึ่งปีแรก และเชื่อว่าเรากำลังดำเนินการตามวาระการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมายของเรา” คาร์สเทน โนเบล กล่าวเสริม**

**อัปเดตแนวโน้มสำหรับปีงบประมาณ 2564: การเติบโตของยอดขายสูงขึ้น โดยคำคาดการณ์สำหรับกำไรต่อหุ้นไม่เปลี่ยนแปลง**

**มองไปข้างหน้าถึงช่วงที่เหลือของปีงบประมาณ 2564 โนเบล กล่าวว่า: "โดยรวมแล้ว เรามองเห็นดีมานด์ในธุรกิจส่วนใหญ่ของเราเข้าสู่ภาวะปกติ และหลังจากการฟื้นตัวของดีมานด์ในภาคอุตสาหกรรมในหลายภูมิภาคในช่วงครึ่งหลังของปี 2563 อัตราการเติบโตมีแนวโน้มลดลงอย่างมากในช่วงครึ่งหลังของปีงบประมาณ 2564 แม้ว่าเศรษฐกิจจะฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องก็ตาม ในขณะเดียวกัน ยังคงมีความไม่แน่นอนอย่างมากเกี่ยวกับการระบาดใหญ่ของโควิด19 และผลกระทบต่อการบริโภคและผลผลิตจากภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของราคาวัตถุดิบและห่วงโซ่อุปทานที่ตึงเครียดจะส่งผลอย่างมากต่อเศรษฐกิจในช่วงต่อไปของปี เรากำลังทำงานอย่างหนักและด้วยมาตรการที่ครอบคลุมเพื่อจำกัดผลกระทบต่อธุรกิจและผลกำไรของเรา ในเวลาเดียวกัน เราจะยังคงตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดของเราอย่างยืดหยุ่นและรวดเร็ว และเรากำลังขับเคลื่อนการดำเนินการตามวาระการเติบโตของเราอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมที่อธิบายไว้และจากประสิทธิภาพที่แข็งแกร่งมากในครึ่งปีแรก เราได้อัปเดตการคาดการณ์ทั้งปีของเราในวันนี้ โดยเราได้เพิ่มประมาณการยอดขายของเราและรักษาความคาดหวังสำหรับกำไรต่อหุ้นที่คงเดิม แม้ว่าจะมีแรงกดดันเพิ่มขึ้นจากเงินเฟ้อของต้นทุนวัตถุดิบก็ตาม”**

**ขณะนี้เฮงเค็ลได้คาดการณ์การเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) ที่ +6.0 ถึง +8.0% และปรับอัตรากำไรจากการดำเนินงาน (EBIT margin) ในช่วง 13.5 ถึง 14.5% สำหรับกำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับปรุงแล้ว (EPS) เฮงเค็ลยังคงคาดว่าจะเพิ่มขึ้นในช่วงร้อยละ8-9 เป็นช่วงร้อยละ 15-17 ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่**

**ยอดขายและผลประกอบการของกลุ่มบริษัทในช่วงครึ่งแรกของปี 2564**

ที่ 9,926 ล้านยูโร **ยอดขาย**ของกลุ่มเฮงเค็ลในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 อยู่ที่ +4.7% โดยเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน (ไตรมาส 2: 4,958 ล้านยูโร +8.8%) **ยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales)** ซึ่งเกิดจากผลกระทบของค่าเงินและการเข้าซื้อกิจการ/ถอนการลงทุน มีการเติบโตเป็นเลขสองหลัก +11.3% (ไตรมาส 2: +15.2%) เงินสมทบจากการเข้าซื้อกิจการและการขายกิจการมีจำนวน +0.4% (ไตรมาส 2: +0.1%) ผลกระทบจากค่าเงินมีผลกระทบเชิงลบ -7.0% ของยอดขาย (ไตรมาส 2: -6.5%)

**ตลาดเกิดใหม่** **(Emerging markets)** มีการเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) ที่ +21.5% (ไตรมาส 2: +24.7%) **ธุรกิจในตลาดอิ่มตัว (mature markets)** มีการพัฒนายอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) ที่แข็งแกร่งมาก +4.5% (ไตรมาส 2: +8.8%)

ยอดขายในช่วงครึ่งแรกของปีใน**ยุโรปตะวันตก**มีการพัฒนายอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) ที่ +5.5% (ไตรมาส 2: +10.7 %) **ยุโรปตะวันออก**ประสบความสำเร็จในการเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) +17.6 % (ไตรมาส 2: +24,1%) ใน**แอฟริกา/ตะวันออกกลาง** ยอดขายเติบโตโดย +26.4 % (ไตรมาส 2: +31.7%) การเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) ใน**อเมริกาเหนือ**อยู่ที่ +3.0 % (ไตรมาส 2: +6.3%) **ละตินอเมริกา**มีการพัฒนายอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) ที่ +21.0% (ไตรมาส 2: +34.2%) ใน**ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก** ยอดขายเพิ่มขึ้น +20.8% (ไตรมาส 2: +17.3%)

**กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว** **(adjusted EBIT)** เพิ่มขึ้น +20.1% จาก 1,191 ล้านยูโรในช่วงครึ่งแรกของปีที่แล้วเป็น 1,430 ล้านยูโร

ผลตอบแทนจากการขายที่ปรับปรุงแล้ว **(adjusted EBIT) เพิ่มขึ้น** 1.9เบสิสพอยท์**จาก** 12.6**% เป็น** 14.4**%**

กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับปรุงแล้วเติบโต (**Adjusted earnings per preferred share**) **+**22.4% **จาก** 1.96 **ยูโรในช่วงครึ่งแรกของปี** 2563 **เป็น** 2.40 **ยูโร ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับปรุงแล้วเพิ่มขึ้น +**30.1%

เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ (**Net working capital**) **ได้รับการปรับปรุงเพิ่มเติม ที่** 3.6% **ของยอดขาย ซึ่งต่ำกว่า** 80 **เบสิสพอยท์ ในช่วงเดียวกันของปีก่อน (**4.4**%)**

กระแสเงินสดอิสระ (**Free cash flow**)471 **ล้านยูโรต่ำกว่าตัวเลขในช่วงครึ่งแรกของปี** 2563 (940 **ล้านยูโร) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื่องจากกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานที่ลดลง ด้วยกำไรจากการดำเนินงานที่สูงขึ้น การลดลงเป็นผลมาจากการเพิ่มทุนหมุนเวียนสุทธิอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับสิ้นปีงบประมาณ** 2563 **ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ**

**ฐานะการเงินสุทธิมีจำนวน (net financial position)** -1,035 ล้านยูโร ณ วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2564 (31 ธันวาคม พ.ศ. 2563: -888 ล้านยูโร)

**ผลการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจในครึ่งแรกของปี 2564**

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 **ยอดขาย**ในหน่วย**ธุรกิจเทคโนโลยีกาว**เพิ่มขึ้น 14.4% จาก 4,153 ล้านยูโรในช่วงเดียวกันของปีก่อนเป็น 4,752 ล้านยูโร (ไตรมาส 2: 2,394 ล้านยูโร เพิ่มขึ้น 23.1%) ยอดขายเพิ่มขึ้น +20.2% (ไตรมาส 2: +28.5%) การพัฒนาในช่วงครึ่งปีแรกได้รับอิทธิพลอย่างมากจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกอย่างต่อเนื่องในทุกภูมิภาคและทุกภาคธุรกิจ กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้วในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 เพิ่มขึ้น +50.9% และสูงถึง 820 ล้านยูโร ที่ 17.3% ผลตอบแทนจากการขายที่ปรับปรุงแล้วอยู่ที่ 4.2% เหนือระดับครึ่งแรกของปี 2563

ในหน่วยธุรกิจ**บิวตี้แคร์** **ยอดขาย**ในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 มีการพัฒนา +5.2% (ไตรมาส 2: +8.2%) ยอดขายเพิ่มขึ้น +1.1 เปอร์เซ็นต์ แตะ 1,839 ล้านยูโร (ไตรมาส 2: 914 ล้านยูโร เพิ่มขึ้น 3.5%) การเติบโตของยอดขายส่วนใหญ่เกิดจากการฟื้นตัวที่แข็งแกร่งของธุรกิจสำหรับมืออาชีพ ซึ่งได้รับผลกระทบอย่างมากจากการปิดร้านทำผมอันเนื่องมาจากการระบาดของโควิด19 ในช่วงไตรมาสที่สองของปีที่แล้ว **กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว**ในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 อยู่ที่ +6.8% จากระดับปีก่อน โดยแตะระดับ 183 ล้านยูโร ที่ 10.0% **ผลตอบแทนจากการขายที่ปรับปรุงแล้ว**ยังสูงกว่าระดับของปีก่อน

หน่วยธุรกิจ**ผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน** สร้าง**ยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales)** เติบโต +3.9% ในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 (ไตรมาส 2: +3.6%) ยอดขายลดลง -5.3% เป็น 3,275 ล้านยูโร (ไตรมาส 2: 1,619 ล้านยูโร -5.1%) ที่ 490 ล้านยูโร **กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว**นั้นต่ำกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน -7.7% สาเหตุหลักมาจากความผันผวนของค่าเงิน **ผลตอบแทนจากการขายที่ปรับปรุงแล้ว** ที่ 15.0% นั้นต่ำกว่าระดับครึ่งแรกของปี 2563 เล็กน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื่องมาจากต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้นและผลกระทบจากค่าเงินในเชิงลบ

**วาระการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมาย: ความก้าวหน้าที่ดี**

“เราทำงานอย่างต่อเนื่องในการดำเนินการตามวาระการเติบโตของเราในช่วงครึ่งแรกของปี 2564” คาร์สเทน โนเบล กล่าว นอกเหนือจากการจัดการพอร์ตโฟลิโอแล้ว เฮงเค็ลยังมุ่งเน้นไปที่วาระการเติบโตสองด้านในปีปัจจุบัน: ประการแรก เฮงเค็ลต้องการขยายความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการเสริมสร้างนวัตกรรม ความยั่งยืน และการเปลี่ยนแปลงไปในด้านดิจิทัลให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น ประการที่สอง บริษัทต้องการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรให้ดียิ่งขึ้น บริษัทมีความก้าวหน้าที่ดีในทุกด้านช่วงครึ่งแรกของปี 2564

นอกเหนือไปจากการจัดการด้านพอร์ตโฟลิโอแล้ว เฮงเค็ลได้ระบุแบรนด์และหมวดหมู่ที่มียอดขายรวมมากกว่าหนึ่งพันล้านยูโร ซึ่งประมาณ 50% จะถูกขายหรือยกเลิกภายในสิ้นปี 2564 คาดว่าแบรนด์และธุรกิจที่เหลือจะแสดงการปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน จนถึงปัจจุบัน 60 เปอร์เซ็นต์ของฐานรายได้ของแบรนด์และธุรกิจเหล่านี้มีโมเมนตัมยอดขายที่ดีขึ้น แม้จะมีความไม่แน่นอนของตลาดอย่างต่อเนื่อง แต่โดยรวมแล้ว เฮงเค็ลได้ยุติหรือขายธุรกิจไปแล้วด้วยยอดขายรวมประมาณ 350 ล้านยูโร ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค นอกจากนี้ เมื่อการเข้าซื้อกิจการของ Swania SAS เสร็จสิ้นลงในเดือนกรกฎาคม 2564 ตำแหน่งของเฮงเค็ลในตลาดผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนที่ยั่งยืนก็แข็งแกร่งขึ้น และพอร์ตโฟลิโอของเฮงเค็ลก็ขยายตัวด้วยแบรนด์เสริมต่างๆ

เพื่อสร้าง**ความได้เปรียบในการแข่งขัน** เฮงเค็ลเร่งสร้าง**นวัตกรรม** ส่งเสริม**ความยั่งยืน**ในฐานะปัจจัยที่สร้างความแตกต่าง และขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทาง**ดิจิทัล**ของบริษัท

เสาหลักของกลยุทธ์ของเฮงเค็ลคือการสร้างความแตกต่างอย่างชัดเจนในตลาดผ่าน**นวัตกรรม**ที่ประสบความสำเร็จ สิ่งเหล่านี้สนับสนุนการเติบโตอย่างมากในครึ่งปีแรก ในเทคโนโลยีกาว เฮงเค็ลสามารถบรรลุการเติบโตในช่วงเปอร์เซ็นต์เลขสองหลักระดับกลางด้วยวัสดุเชื่อมต่อในการระบายความร้อนที่เป็นนวัตกรรมสำหรับการใช้งาน 5G ซึ่งได้รับแรงหนุนจากการพัฒนาร่วมกับลูกค้ารายใหญ่ บิวตี้แคร์เติบโตสูงกว่าการเติบโตของตลาดในด้าน Colorations ด้วยนวัตกรรมที่แข็งแกร่งภายใต้แบรนด์ Natural & Easy และ Palette ซึ่งได้รับส่วนแบ่งการตลาดเมื่อเทียบกับช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโควิด19 ในธุรกิจร้านทำผม การเปิดตัวแบรนด์ IGORA Royal อีกครั้งมีส่วนทำให้เกิดการเติบโต ด้วยการสนับสนุนจากนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จ เช่น Somat Excellence 4in1 Caps and Pril Antibacterial หน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนได้ขยายส่วนแบ่งการตลาดระดับโลกในส่วนของผลิตภัณฑ์ล้างและทำความสะอาดจาน

**ความยั่งยืน**เป็นหนึ่งในจุดแข็งที่ยิ่งใหญ่ของเฮงเค็ลมาเป็นเวลานาน บริษัทมีบทบาทผู้นำด้านความยั่งยืนซึ่งได้รับการยืนยันอย่างสม่ำเสมอในการจัดอันดับต่างๆ และเฮงเค็ลตั้งเป้าที่จะยกระดับความยั่งยืนเพื่อสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน

ตัวอย่างเช่น เฮงเค็ลได้ขยายความร่วมมือกับธนาคารพลาสติกอย่างมีนัยสำคัญ เป้าหมายร่วมกันของการเป็นหุ้นส่วนคือการป้องกันขยะพลาสติกปนเปื้อนในสิ่งแวดล้อมในขณะที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คนที่อาศัยอยู่ท่ามกลางความยากจน เฮงเค็ลและธนาคารพลาสติกได้เปิดศูนย์รวบรวมขยะพลาสติกสามแห่งแรกในอียิปต์ ใกล้กับกรุงไคโร โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของความร่วมมือระยะยาวที่ประสบความสำเร็จระหว่างเฮงเค็ลและธนาคารพลาสติก

ความก้าวหน้าในด้านความยั่งยืนยังสะท้อนให้เห็นในผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคและลูกค้าอุตสาหกรรม ในหน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนแบรนด์ Love Nature นั้นครองอันดับ 3 ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนที่เติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศเยอรมนี บิวตี้แคร์เดินหน้าขยายโซลูชันบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง บรรจุภัณฑ์รีฟิลแบบรีไซเคิลได้พัฒนาขึ้นสำหรับแบรนด์ Nature Box โดยใช้พลาสติกน้อยกว่าบรรจุภัณฑ์ทั่วไปกว่า 70% เทคโนโลยีกาวเปิดตัวเทคโนโลยีการยึดเกาะสูตรน้ำแบบใหม่สำหรับรองเท้า โดยขจัดขั้นตอนการผลิตลงได้หลายขั้นตอน และทำให้ CO₂ ลดลงถึง 30%

ถัดจากนวัตกรรมและความยั่งยืน เฮงเค็ลได้กำหนดให้**การก้าวไปสู่ความเป็นดิจิทัล**เป็นกุญแจสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ในช่วงครึ่งปีแรก ส่วนแบ่งการขายที่เกิดจากช่องทางดิจิทัลเพิ่มขึ้นในทุกหน่วยธุรกิจ ในธุรกิจอุปโภคบริโภครวมกัน มีการเติบโตมากกว่า 30% ในหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีกาว สร้างยอดขายทางดิจิทัลได้เพิ่มขึ้นอีก ในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 ผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ การเติบโตในช่วงเปอร์เซ็นต์เลขสองหลักกลางๆ ส่งผลให้ส่วนแบ่งการขายที่เกิดจากธุรกิจกาวผ่าน e-shop เพิ่มขึ้นมากกว่า 25% ที่ระดับกลุ่ม ส่วนแบ่งของยอดขายดิจิทัลเพิ่มขึ้น 40% เป็นประมาณ 18% ของยอดขายทั้งหมด

**นอกจากนี้ เฮงเค็ลยังได้เข้าร่วมเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับ** Adobe **โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านระบบดิจิทัลในทุกธุรกิจ แพลตฟอร์มดิจิทัลที่พัฒนาขึ้นใหม่และขับเคลื่อนด้วยข้อมูลสำหรับธุรกิจดิจิทัลและอีคอมเมิร์ซ มีจุดมุ่งหมายเพื่อเร่งสร้างนวัตกรรมดิจิทัลและสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ให้กับเฮงเค็ล**

การพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรของเฮงเค็ลและ**การเร่งการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม**เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญ ของวาระการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมาย บริษัทมีเป้าหมายที่จะส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานร่วมกัน ในช่วงครึ่งแรกของปี เฮงเค็ลยังคงดำเนินมาตรการต่างๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายนี้และเพิ่มขีดความสามารถให้กับพนักงาน

เฮงเค็ลได้พัฒนาแนวคิดแบบองค์รวมใหม่ที่เรียกว่า “Smart Work” เกี่ยวกับอนาคตของการทำงานและสื่อสารต่อพนักงาน สะท้อนให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมการทำงานที่ทันสมัยในช่วงหลังการแพร่ระบาดของโควิด19 ทำให้มีความยืดหยุ่นและส่งเสริมการทำงานแบบผสมผสานสำหรับงานที่ไม่จำเป็นต้องทำในสถานที่ทำงาน แนวคิดนี้เสนอทางเลือกให้พนักงานทำงานแบบเคลื่อนที่ได้สูงสุด 40% เฮงเค็ลยังได้กำหนดจุดประสงค์ใหม่ของบริษัท โดยพนักงานทั่วโลกมีส่วนร่วมเพื่อให้แน่ใจว่าคำชี้แจงของจุดประสงค์นั้นเป็นจริงและเกี่ยวข้องกับพนักงาน แก่นแท้ของมันคือจิตวิญญาณแห่งการบุกเบิกที่ทำให้บริษัทและพนักงานมีเอกลักษณ์เฉพาะ ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทและขับเคลื่อนพนักงานทุกคน เป็นความมุ่งมั่นในการเสริมสร้างและพัฒนาชีวิตในทุกๆวัน เพื่อลูกค้า สังคม และเพื่อสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน

“คำแถลงจุดประสงค์ของเรา 'Pioneers at heart for the good of generations' อธิบายว่าเราเป็นใครที่เฮงเค็ล อะไรที่รวมเราเป็นหนึ่ง และบทบาทใดที่เราต้องการแสดงในโลกนี้ สิ่งนี้เป็นมากกว่าสโลแกนหรือคำเฉพาะ เรามุ่งมั่นที่จะดำเนินชีวิตตามจุดประสงค์นั้นทุกวัน เราต้องการใช้จิตวิญญาณแห่งการบุกเบิกและความเป็นผู้ประกอบการของเรา เพื่อพนักงาน ลูกค้า ผู้บริโภค ผู้ถือหุ้นของเรา และเพื่อประโยชน์ของคนรุ่นปัจจุบันและอนาคต” คาร์สเทน โนเบล กล่าว “นั่นเป็นเหตุผลสำคัญที่เราต้องเข้าใจจุดประสงค์ร่วมกัน และเราต้องปรับการกระทำของเราให้สอดคล้องกัน”

“เราภูมิใจกับการพัฒนาธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในช่วงครึ่งปีแรกและความคืบหน้าที่ดีในการดำเนินการตามวาระเชิง

กลยุทธ์ของเรา แม้ว่าจะมีปัญหาจากการแพร่ระบาดของโควิด19” โนเบล อธิบาย “เราจะดำเนินการตามวาระการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมายของเราอย่างต่อเนื่องและยังคงมีความยืดหยุ่นสูงตลอดช่วงเวลาที่เหลือของปี ในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดของเราอันเนื่องมาจากความท้าทายที่เกิดจากราคาวัตถุดิบที่สูงขึ้นและห่วงโซ่อุปทานที่ตึงเครียด”

**เกี่ยวกับเฮงเค็ล**

เฮงเค็ล ดำเนินธุรกิจทั่วโลกด้วยพอร์ตโฟลิโอผลิตภัณฑ์ที่สมดุลและหลากหลาย บริษัทฯ เป็นผู้นำในสามกลุ่มธุรกิจทั้งในธุรกิจเพื่ออุตสาหกรรมและธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค อันเป็นผลมาจากแบรนด์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีที่แข็งแกร่ง ธุรกิจเทคโนโลยีกาวของเฮงเค็ล (Adhesive Technologies) เป็นผู้นำในตลาดกาวในทุกอุตสาหกรรมทั่วโลก ในธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน และธุรกิจบิวตี้แคร์ (Laundry & Home Care and Beauty Care businesses) เฮงเค็ลเป็นผู้นำในหลายตลาดและประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วโลก เฮงเค็ลก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2419 และมีประวัติความสำเร็จอันยาวนานกว่า 140 ปี ในปี พ.ศ. 2563 เฮงเค็ลมียอดขายมากกว่า 19,000 ล้านยูโร และมีผลกำไรจากการดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว 2,600 ล้านยูโร เฮงเค็ลมีพนักงานมากกว่า 53,000 คนทั่วโลก ซึ่งมีความหลากหลายและมีความมุ่งมั่น รวมกันเป็นหนึ่งเดียวด้วยวัฒนธรรมขององค์กรที่แข็งแกร่ง มีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืน และมีคุณค่าร่วมกัน ในฐานะผู้นำด้านความยั่งยืนซึ่งเป็นที่ยอมรับ เฮงเค็ลได้รับการยกย่องจากดัชนีและการจัดอันดับระหว่างประเทศต่างๆ หุ้นบุริมสิทธิของเฮงเค็ลจดทะเบียนอยู่ในดัชนีหลักทรัพย์ DAX ของเยอรมนี ข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาเข้าชมที่ [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

ข้อมูลนี้ประกอบด้วยแถลงการณ์เชิงคาดการณ์ล่วงหน้าซึ่งอ้างอิงจากการประมาณการและสมมติฐานในปัจจุบันที่จัดทำโดยฝ่ายบริหารองค์กรของ Henkel AG & Co KGaA ข้อความเกี่ยวกับอนาคตมีลักษณะการใช้คำต่างๆ เช่น "คาดหวัง" "ตั้งใจ" "วางแผน" "คาดการณ์" "เชื่อ" "ประมาณ" และคำที่คล้ายกัน ไม่ควรเข้าใจข้อความดังกล่าวเนื่องจากเป็นการรับประกันว่าความคาดหวังเหล่านั้นจะกลายเป็นความถูกต้องแต่อย่างใด ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ในอนาคตที่บรรลุได้จริงของ Henkel AG & Co KGaA และ บริษัทในเครือขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนหลายประการ ดังนั้นจึงอาจแตกต่างอย่างมากจากข้อความคาดการณ์ล่วงหน้า ปัจจัยเหล่านี้หลายอย่างอยู่นอกเหนือการควบคุมของเฮงเค็ลและไม่สามารถประมาณล่วงหน้าได้อย่างแม่นยำ เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในอนาคตและการกระทำของคู่แข่งและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในตลาด เฮงเค็ลไม่มีแผนหรือดำเนินการที่จะปรับปรุงข้อความคาดการณ์ล่วงหน้าใดๆ

เอกสารนี้ประกอบด้วย - ด้านการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องซึ่งไม่ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจน - มาตรการทางการเงินเพิ่มเติมที่เป็นหรืออาจเป็นมาตรการอื่นๆ ในการดำเนินงาน (มาตรการที่ไม่ใช่ GAAP) มาตรการทางการเงินเพิ่มเติมเหล่านี้ควรแยกกันหรือใช้เป็นทางเลือกอื่นในการวัดสินทรัพย์สุทธิและฐานะการเงินหรือผลการดำเนินงานของเฮงเค็ลตามที่นำเสนอตามแม่บทการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องในงบการเงินรวม บริษัทอื่นๆ ที่รายงานหรืออธิบายเกี่ยวกับมาตรการประสิทธิภาพทางเลือกที่คล้ายคลึงกันอาจคำนวณได้แตกต่างกัน

เอกสารนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้นและไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นคำแนะนำในการลงทุนหรือการเสนอขายหรือการชักชวนให้เสนอซื้อหลักทรัพย์ใด ๆ

**ข้อมูลสำหรับสื่อมวลชน กรุณาติดต่อ**

แม็กกี้ แทน

เฮงเค็ล

โทรศัพท์ +65 6424 7045

อีเมล [maggie.tan@henkel.com](mailto:maggie.tan@henkel.com)