12. srpen 2021

Implementace agendy strategického růstu je na dobré cestě

**Společnost Henkel zaznamenala v prvním pololetí velmi silné hospodářské výsledky – dvojciferný růst obratu i výnosu**

* **Skupinový obrat vykazuje organický růst o 11,3 % na přibližně 10 miliard eur (nominálně +4,7 %), ke kterému přispěly všechny obchodní divize a regiony**
* **Provozní zisk[[1]](#footnote-1)\* se zvýšil na 1 430 mil. eur: +20,1 %**
* **EBIT marže\* se navýšila na 14,4 %: +1,9 %**
* **Výnos na prioritních akciích (EPS) \* se zvýšil o 22,4 % na 2,40 eur: +30,1 %, při konstantních kurzových sazbách**
* **Pokroku dosahujeme ve všech oblastech agendy pro smysluplný růst**
* **Aktualizovaný výhled na fiskální rok 2021: vyšší růst obratu při nezměněných výnosech**
* **Organický růst obratu: z 6,0 na 8,0 % (předtím: z 4,0 na 6,0 %)**
* **EBIT marže\*: z 13,5 na 14,5 % (předtím: z 14,0 na 15,0 %)**
* **Výnos na prioritních akciích (EPS) \*: růst ve vysokém jednociferném až středním dvojciferném procentuálním pásmu při konstantních kurzových sazbách (nezměněný výhled)**

**Düsseldorf – Po silném začátku do fiskálního roku 2021 společnost Henkel opět zrychlila svůj růst v průběhu prvního pololetí a po úpravě o kurzové vlivy již převýšila úroveň před krizí roku 2019. Navzdory dopadům globální koronavirové krize, která nadále nepříznivě ovlivňuje sociální a ekonomické prostředí na mnoha trzích po celém světě, společnost Henkel dosáhla v prvním pololetí výrazného růstu obratu i výnosu. Organický růst obratu byl za prvních šest měsíců roku 2021 na úrovni 11,3 %. Skupinový obrat dosáhl přibližně 10 miliard eur, což odpovídá nominálnímu nárůstu o 4,7 %.**

**Upravený provozní zisk se zvýšil o 20,1 % na 1 430 mil. eur a upravená EBIT marže zaznamenala zvýšení o 1,9 % a dosáhla tak úrovně 14,4 %. Pří konstantních kurzových sazbách se upravené výnosy na prioritních akciích zvýšily o 30,1 %. Vliv vyšších nákladů na vstupní suroviny v prvním pololetí se podařilo vyrovnat zejména vysokým růstem objemu prodeje a zvýšením cen, také i přísným řízením nákladů a zlepšením efektivity.**

**„V první polovině roku 2021 byla společnost Henkel nadále ovlivněna pandemií COVID-19. Přesto jsme dosáhli dvojciferného růstu obratu i výnosu. Z hlediska obratu jsme již dokázali překročit předkrizovou úroveň roku 2019 upravenou o kurzové vlivy. Vděčíme za to především vynikajícímu týmovému duchu a nasazení našich zaměstnanců po celém světě, také i vyváženému a robustnímu portfoliu našich úspěšných značek a inovativních technologií ve spotřebitelských a průmyslových segmentech,“ uvedl generální ředitel společnosti Henkel Carsten Knobel.**

**Na organickém růstu obratu v prvním pololetí roku 2021 se podílely všechny obchodní divize a regiony. Obchodní divize Adhesive Technologies zaznamenala v prvním pololetí nejsilnější růst obratu. Podařilo se jí zvýšit organický obrat ve všech regionech a obchodních segmentech a celkově dosáhla dvojciferného růstu obratu. Tento vývoj byl podpořen výrazným oživením světové ekonomiky. Zvýšení organického růstu zaznamenaly i obchodní divize Beauty Care a Laundry & Home Care. Avšak obraz jednotlivých obchodních segmentů byl smíšený. V případě obchodní divize Beauty Care byl hlavním zdrojem růstu segment profesionální vlasové kosmetiky. Po slabším růstu v předchozím roce v důsledku pandemie, se vrátil zpět do dvojciferných čísel. Naopak v segmentu spotřebního zboží v prvním pololetí roku 2021 zaostávala za hodnotami ze stejného období předcházejícího roku, a to v důsledku poklesu organického obratu v kategorii tělové kosmetiky, který byl zapříčiněný i výrazným oslabením trhů. K růstu obratu u obchodní divize Laundry & Home Care přispěl především segment čistících prostředků pro domácnost, který zaznamenal výrazný růst organického obratu. Segment pracích prostředků dosáhl dobrý nárůst organického obratu.**

**„V prvním pololetí jsme i nadále pokračovali v implementaci naší strategické agendy růstu. V rámci aktivního řízení našeho portfolia jsme podle plánu odprodali nebo ukončili další značky a obchodní činnosti. Současně jsme prováděli cílené akvizice, zejména se zaměřením na rozšíření portfolia udržitelných značek. Tento rok se speciálně zaměřujeme na posílení své konkurenceschopnosti v oblasti inovací, udržitelnosti a digitalizace a na další rozvoj firemní kultury. V těchto oblastech se nám v prvním pololetí dařilo velmi dobře a jsme přesvědčeni, že implementace naší agendy pro smysluplný růst je na dobré cestě,“ dodal Carsten Knobel.**

**Aktualizovaný výhled na fiskální rok 2021: vyšší růst obratu při nezměněných výnosech**

Při pohledu na zbytek fiskálního roku 2021 Knobel uvedl: „Vidíme, že se poptávka normalizuje ve většině našich obchodních segmentech. Předpokládáme, že poté, co se ve druhé polovině roku 2020 začalo projevovat oživení průmyslové poptávky v mnoha regionech, bude tempo růstu ve druhém pololetí fiskálního roku 2021 i přes pokračující ekonomické oživování výrazně nižší. Zároveň stále panuje velká nejistota ohledně toho, jak se pandemie bude vyvíjet a jak bude ovlivněna spotřeba a průmyslová výroba. Zejména mimořádně prudký růst cen surovin a napjaté dodavatelské řetězce budou v dalším průběhu roku silně zatěžovat ekonomiku. Usilovně pracujeme a provádíme rozsáhlá opatření, abychom tyto negativní vlivy na naše podnikání a ziskovost omezili. Zároveň budeme nadále flexibilně a rychle reagovat na změny na našich trzích a důsledně řídíme implementaci naší růstové agendy. S ohledem na výše popsané podmínky a na základě našich velmi silných výsledků za první pololetí jsme dnes aktualizovali náš celoroční výhled. Zvýšili jsme prognózu prodeje a očekáváme, že výnosy na akcii zůstanou beze změny – navzdory zhoršujícím se vlivům cenové inflace vstupních surovin.“

Společnost Henkel nyní očekává organický růst obratu o 6,0 až 8,0 % a upravenou výnosnost prodeje (marže EBIT) v rozsahu 13,5 až 14,5 %. Pro upravený výnos na prioritní akcie (EPS) při konstantních kurzových sazbách Henkel nadále očekává růst ve vysokém jednociferném až středním dvojciferném procentuálním pásmu.

**Skupinový obrat a zisk v prvním pololetí 2021**

**Skupinový obrat** společnosti Henkel za první pololetí 2021 v celkové výši 9 926 mil. eur byl o 4,7 % vyšší v porovnaní se stejným obdobím předcházejícího roku (2. čtvrtletí: 4 958 mil. eur, +8,8 %). **Organický obrat,** do kterého se nezapočítávají kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodejů, zaznamenal dvojciferný růst o 11,3 % (2. čtvrtletí: +15,2 %). Příspěvek akvizic a odprodejů představoval 0,4 % (2. čtvrtletí: +0,1 %). Kurzový vývoj měl na obrat negativní vliv v hodnotě -0,7 % (2. čtvrtletí: -6,5 %).

**Rozvíjející se trhy** vykázaly růst organického obratu o 21,5 % (2. čtvrtletí: +24,7 %), zatím co **vyspělé trhy** zaznamenaly růst organického obratu ve výši 4,5 % (2. čtvrtletí: +8,8 %).

V **Západní Evropě** dosáhl růst organického obratu v prvním pololetí hodnotu 5,5 % (2. čtvrtletí: +10,7 %). **Východní Evropa** dosáhla zvýšení organického obratu na úrovni 17,6 %(2. čtvrtletí: +24,1 %). V **Africe a na Středním východě** obrat organicky vzrostl o 26,4 % (2. čtvrtletí: +31,7 %). V **Severní Americe** se organický obrat zvýšil o 3,0 % (2. čtvrtletí: +6,3 %), zatím co v **Latinské Americe** se organický obrat zvýšil až o 21,0 % (2. čtvrtletí: +34,2 %). V **asijsko-pacifickém** regionu se obrat organicky zvýšil o 20,8 % (2. čtvrtletí: +17,3 %).

**Upravený provozní zisk (upravená EBIT)** se zvýšil o 20,1 %, z 1 191 mil. eur v prvním pololetí minulého roku na současných 1 430 mil. eur.

**Upravená výnosnost prodeje (upravená EBIT)** se zvýšila o 1,9 %, z 12,6 % na 14,4 %.

**Upravený výnos na prioritních akciích** se zvýšil o 22,4 %, z 1,96 eur v prvním pololetí 2020 na 2,40 eur. Při konstantních kurzových sazbách se upravený výnos na prioritních akciích zvýšil o 30,1 %.

**Čistý provozní kapitál** se dále zlepšoval. Při 3,6 % obratu zaostal o 80 bazických bodů pod úrovní ze stejného období předcházejícího roku (4,4 %).

**Volný cash flow** v hodnotě 471 mil. eur byl nižší v porovnaní s prvním pololetím 2020 (940 mil. eur), a to zejména z důvodu slabšího cash flow z provozních činností. S vyšším provozním ziskem byl pokles důsledkem výrazného zvýšení čistého provozního kapitálu ve srovnání s koncem fiskálního roku 2020, což bylo částečně způsobeno výrazným zvýšením objemů prodeje.

**Čistá finanční pozice** byla k 30. červnu 2021 -1 035 mil. eur (31. prosince 2020: -888 mil. eur).

## **Výsledky obchodních divizí v prvním pololetí 2021**

V prvním pololetí 2021 se **obrat** obchodní divize **Adhesive Technologies** nominálně zvýšil o 14,4 % z 4 153 mil. eur ve stejném období předcházejícího roku na současných 4 752 mil. eur (2. čtvrtletí: 2 394 mil. eur, +23,1 %). **Organicky** vzrostl o 20,2 % (2. čtvrtletí: +28,5 %). Vývoj v prvním pololetí byl výrazně ovlivněný pokračujícím oživováním světové ekonomiky ve všech regionech a obchodních segmentech. **Upravený provozní zisk** vzrostl v prvním pololetí 2021 o 50,9 % a dosáhl 820 mil. eur. S úrovní 17,3 % byla **upravená výnosnost prodeje** o 4,2 % vyšší než v prvním pololetí 2020.

Obchodní divize **Beauty Care** zaznamenala v prvním pololetí roku 2021 pozitivní organický vývoj **obratu** na úrovni 5,2 % (2. čtvrtletí: +8,2 %). Nominálně se obrat zvýšil o 1,1 % a dosáhl 1 839 mil. eur (2. čtvrtletí: 914 mil. eur, +3,5 %). Růst je způsoben především silným oživením segmentu profesionální vlasové kosmetiky, který byl ve druhém čtvrtletí předcházejícího roku výrazně ovlivněn uzavíráním kadeřnických salonů v souvislosti s pandemickými opatřeními. **Upravený provozní zisk** v prvním pololetí roku 2021 dosáhl úrovně 183 mil. eur a byl tak o 6,8 % vyšší než ve stejném období předcházejícího roku. **Upravená výnosnost prodeje** byla s hodnotou 10,0 % také nad úrovní stejného období předcházejícího roku.

Obchodní divize **Laundry & Home Care** vygenerovala růst **organického obratu** ve výši 3,9 % v prvním pololetí roku 2021 (2. čtvrtletí: +3,6 %). Nominálně však obrat klesl o -5,3 % na 3 275 mil. eur (2. čtvrtletí: 1 619 mil. eur, -5,1 %). **Upravený provozní zisk** ve výši 490 mil. eur zaostal za úrovní předcházejícího roku o -7,7 % především z důvodu horšího kurzového vývoje. **Upravená výnosnost prodeje**, která dosáhla 15,0 %, mírně zaostala za úrovní z prvního pololetí roku 2020, k čemu přispěly zejména vyšší náklady na suroviny a nepřiznivý kurzový vývoj.

**Agenda pro smysluplný růst: výrazný pokrok**

„Důsledně jsme pracovali na implementaci naší agendy růstu v prvním pololetí roku 2021,“ uvedl Carsten Knobel. Kromě aktivního řízení portfolia se v současném roce společnost Henkel zaměřuje na dva aspekty své agendy růstu: v první řadě chce rozšiřovat svoji konkurenční výhodu dalším posilováním inovací, udržitelnosti a digitalizace. V druhé řadě chce společnost dále posilovat svoji firemní kulturu. V prvním pololetí 2021 dosáhla společnost Henkel značeného pokroku ve všech zmíněných oblastech.

V rámci aktivního řízení svého portfolia společnost Henkel identifikovala značky a kategorie produktů s celkovým objemem obratu více než jednu miliardu eur, z nichž přibližně 50 % má být odprodáno nebo ukončeno do konce roku 2021. Očekává se, že zbývající značky a obchodní činnosti dosáhnou udržitelné zlepšení výkonů. K dnešnímu dni se dynamika hlavních parametrů zlepšila u 60 % příjmové základny těchto značek a obchodních činností. Přes přetrvávající nejistoty na trhu společnost Henkel celkově již ukončila výrobu nebo odprodala obchodní činnosti s celkovým objemem obratu kolem 350 mil. eur – převážně ve spotřebitelských segmentech. Kromě toho se díky akvizici společnosti Swania SAS, která byla dokončena v červenci 2021, posilnila pozice společnosti Henkel na trhu s udržitelnými výrobky v segmentu pracích a čistících prostředků pro domácnost, přičemž své portfolio rozšířila o další značky.

V zájmu dalšího posilování své **konkurenční výhody** společnost Henkel zvyšuje své úsilí v oblasti účinných **inovací**, posiluje **udržitelnost** jako rozlišovací faktor a zintenzivňuje svoji **digitální** transformaci.

Klíčovým pilířem strategie společnosti Henkel je jednoznačná diferenciace na trhu prostřednictvím úspěšných **inovací**, které výrazně podpořily růst v prvním pololetí roku 2021. V obchodní divizi Adhesive Technologies zaznamenala společnost Henkel růst ve středním dvojciferném procentuálním pásmu díky inovativním tepelně vodivým materiálům pro 5G aplikace, které byly vyvíjené společně s významnými zákazníky. Obchodní divize Beauty Care překonala růst trhu díky silným inovacím v segmentu barev na vlasy v rámci obchodních značek Natural & Easy a Palette, přičemž zvýšila svůj podíl na trhu ve srovnání s obdobím před pandemií onemocnění COVID-19. V segmentu profesionální vlasové kosmetiky přispělo k růstu opětovné obnovení obchodní značky IGORA Royal. S úspěšnými inovacemi, například v případě produktů Somat Excellence 4in1 Caps a Pril Antibacterial, rozšířila obchodní divize Laundry & Home Care svůj globální tržní podíl v segmentu prostředků na mytí nádobí.

Dlouhodobě je **udržitelnost** jednou z nejsilnějších předností společnosti Henkel. Její vedoucí pozice pravidelně potvrzují hodnocení a žebříčky a společnost Henkel si klade za cíl využít udržitelnost jako faktor, kterým se odlišuje od konkurence.

Společnost Henkel například výrazně rozšířil své partnerství se společností Plastic Bank. Společným cílem je předcházet hromadění plastového odpadu v životním prostředí a zároveň zlepšovat životy lidí žijících v chudobě. Společnosti Henkel a Plastic Bank otevřely první tři sběrná centra pro plastový odpad v Egyptě, v blízkosti Káhiry. Tento projekt je součástí dlouhodobého partnerství mezi společnostmi Henkel a Plastic Bank.

Pokrok v oblasti udržitelnosti se odráží také ve výrobcích pro spotřebitele a zákazníky v průmyslových odvětvích. V Německu se v rámci obchodní divize Laundry & Home Care dostala nová obchodní značka Love Nature již na třetí místo v rychle rostoucím segmentu udržitelných pracích a čistících prostředcích pro domácnost. Obchodní divize Beauty Care nadále pokračovala v rozšiřování udržitelných obalů. Recyklovatelné opakovaně naplnitelné obaly, které byly vyvinuty pro obchodní značku Nature Box využívají o 70 % méně plastů, než je tomu u konvenčních obalů. Obchodní divize Adhesive Technologies představila novou technologii lepení obuvi na vodní bázi, která eliminuje několik výrobních kroků a snižuje množství CO₂ až o 30 %.

Vedle inovací a udržitelnosti společnost Henkel definovala **digitalizaci** jako klíčový faktor pro posílení své konkurenceschopnosti. V prvním pololetí tohoto roku se podíl na obratu zprostředkovaný digitálními kanály dále zvýšil v rámci všech obchodních divizí. Ve všech spotřebitelských segmentech bylo celkově dosaženo růstu o více než 30 %. V případě obchodní divize Adhesive Technologies nadále rostl obrat zprostředkovaný digitálními technologiemi. Prostřednictvím své e-commerce platformy byl v prvním pololetí roku 2021 dosažen růst ve středním dvojciferném procentuálním pásmu. V důsledku toho se podíl obratu v segmentu lepidel, který byl dosažen prostřednictvím e-shopu zvýšil na více než 25 %. Podíl na skupinovém obratu byl dosažen prostřednictvím digitálních technologií a zvýšil se tak o 40 % až na přibližně 18 % z celkového obratu.

Společnost Henkel navíc uzavřela strategické partnerství se společností Adobe s cílem nadále posilovat svoji konkurenční výhodu prostřednictvím digitalizace v rámci všech obchodních činností. Nově vyvinutá digitální platforma založena na datech, která je určena pro digitální podnikání a e-commerce má urychlit digitální inovace a vytvářet nové obchodní příležitosti pro společnost Henkel.

Další rozvoj firemní kultury společnosti Henkel a urychlení **kulturní transformace** jsou také klíčovými prvky agendy smysluplného růstu. Cílem společnosti je podporovat a posilovat kulturu spolupráce. V prvním pololetí tohoto roku pokračovala v zavádění celé řady opatření k dosažení tohoto cíle a posílení postavení svých zaměstnanců.

Společnost Henkel vytvořila nový holistický koncept s názvem „Smart Work“ o způsobu práce v budoucnosti a představila ji svým zaměstnancům. To odráží moderní pracovní prostředí pro novou éru po pandemii onemocnění COVID-19 s cílem umožnit větší flexibilitu a podpořit hybridní způsob práce. V případě pracovních pozic, které nevyžadují neustálou přítomnost na pracovišti, tento koncept umožňuje zaměstnancům odpracovat až 40 % své pracovní doby prostřednictvím mobilních technologií. Společnost také nově definovala i své poslání. Na jeho vývoji se podíleli zaměstnanci z celého světa s cílem zabezpečit to, aby prohlášení bylo pro zaměstnance autentické a relevantní. V jádru jde o průkopnického ducha, který je charakteristický pro společnost a její zaměstnance již od založení a zároveň představuje motivační faktor pro všechny zaměstnance. A zároveň jde o snahu každý den obohacovat a zlepšovat život pro zákazníky a společnost a současně vytvářet trvalou hodnotu.

„Poslání naší mise s názvem „Pioneers at heart for the good of generation” popisuje to, kým ve společnosti Henkel jsme, co nás spojuje a jakou úlohu chceme ve světě sehrát. Zdaleka nejde jen o slogan nebo módní slova. Jsme hluboce odhodláni tomuto závazku dostát každý den. Chceme využít našeho průkopnického a podnikatelského ducha a nadále ho rozvíjet – pro naše zaměstnance, zákazníky a spotřebitele, naše akcionáře a pro blaho současných a budoucích generací,“ řekl Carsten Knobel. „Z tohoto důvodu je důležité, abychom společně porozuměli našemu poslání a s plným vědomím v tomto smyslu i konali.“

„Jsme hrdí na úspěšný obchodní vývoj v prvním pololetí tohoto roku a značný pokrok, kterého jsme dosáhli při realizaci naší strategické agendy, a to navzdory pokračujícímu nepříznivému vývoji v souvislosti s pandemií onemocnění COVID-19“ dodal Knobel. „Budeme se nadále důsledně držet naší agendy smysluplného růstu a po zbytek roku zůstaneme velmi flexibilní v reakci na změny na našich trzích vzhledem k výzvám, které s sebou přinášejí rostoucí ceny surovin a napjaté dodavatelské řetězce.“

**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 žebříčcích. Prioritní akcie společnosti Henkel jsou uvedeny v německém akciovém indexu DAX. Pro více informací navštivte prosím www.henkel.com.

**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.

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 jejích dceřiných společností závisí na řadě rizik a nejistot, a proto se mnohou výrazně lišit 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 ukazatelů 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.

**Kontakty**

**Investoři a analytici** **Tisk a média**

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

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

E-mail: [lars.korinth@henkel.com](mailto:lars.korinth@henkel.com) E-mail: [lars.witteck@henkel.com](mailto:lars.witteck@henkel.com)

**Manuel Bösing Wulf Klüppelholz**

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

E-mail: [manuel.boesing@henkel.com](mailto:manuel.boesing@henkel.com) E-mail: [wulf.klueppelholz@henkel.com](mailto:wulf.klueppelholz@henkel.com)

**Jennifer Ott Hanna Philipps**

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

E-mail: [jennifer.ott@henkel.com](mailto:jennifer.ott@henkel.com) E-mail: [hanna.philipps@henkel.com](mailto:hanna.philipps@henkel.com)

**Dr. Dennis Starke Linda Gehring**

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

E-mail: [dennis.starke@henkel.com](mailto:dennis.starke@henkel.com) E-mail: [linda.gehring@henkel.com](mailto:linda.gehring@henkel.com)

Zuzana Kaňuchová

Ředitelka korporátní komunikace

Telefon: +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 výdaje/příjmy a náklady na restrukturalizaci. [↑](#footnote-ref-1)