

Quarterly statement Q3 2021

July–September

상승하는 원자재 및 운송 비용이 시장환경을 결정한다.

헨켈, 3 분기 큰 매출 증가로 성장세

- 약 51억유로에 이르는 3.5% 기관매출 성장(명목상 +1.9%)
 - 접착 테크놀러지스: 7.0% 아주 큰 폭으로 기관매출 성장(명목상 +7.1%)
 - 뷰티 케어: 3.0% 기관매출 감소(명목상 +6.5%)
 - 세제 & 홈케어: 2.0% 기관매출 성장(명목상 -0.8%)
- 기관매출 개발은 신흥시장에 의해 주로 유도
- 헨켈은 위기 이전 수준을 훨씬 능가: 2019년 3분기 평년성장 3.7% 대비 7.5% 기관매출 성장
- 갱신 2021년 회계연도 전망: 전년도 지침 범위의 하위수준으로 수익기대 매출지침 승인

헨켈은 2021년 3 분기에 성장 가도를 달리며 약 51 억유로에 이르는 그룹 매출을 이루었다. 이는 전 사업 부문의 성장으로 3.5%에 이른다. 고객 사업에서 수요를 표준화하고, 산업 생산의 지속적인 회복으로 안정된 양적 발전을 이룬 것이다. 명목상으로는 매출이 1.9% 증가했다.

헨켈 최고경영자인 카스텐 노벨은 “세계적인 코로나 위기와 극도로 긴장된 원자재 시장, 공급망의 붕괴가 3 분기 시장환경에 지속적으로 크게 영향을 주었습니다. 그럼에도 불구하고 헨켈은 우수한 성과를 이루었습니다. 위기 이전 수준에 비해 3.7%에 이르는 평년 성장률을 달성했습니다. 각 사업 부문에서 위기 이전 수준 이상의 성과를 이루었습니다.”라고 말한다.

“특히 지속가능성 분야에서의 성공적인 혁신과 디지털 사업 활동의 추가적인 확장이 주요 성장 동인이었습니다. 또한 3 분기에 기관매출이 큰 폭으로 성장하여 우리 회사의 균형 잡히고 탄탄한 성공 브랜드와 혁신적 기술의 포트폴리오를 증명하기도 했습니다. 무엇보다 이러한 도전적인 시기에 장기적인 성공에 전념하며 이바지하는 전세계적 우리 팀들의 성과로 이루어진 결실입니다.”

3 분기의 큰 매출 성장은 **접착 테크놀로지스** 사업 부문에서 주로 이루어졌다. 4 개 사업 부문 가운데 3 개 부문이 아주 큰 폭으로 성장하거나 기관 성장이 두 자릿수에 이르는 매출을 달성했고, 자동차 및 금속 사업 부문에서는 약간 하락했다.

또한 성과는 뷰티 케어와 세제 & 홈케어 소비자 사업 간에 다르게 나타나기도 했다. 3 분기 **뷰티 케어** 기관매출 성장은 상당히 저조한 시장 사정으로 바디 케어 분야에서 지속적으로 매출이 감소하여 전년도 매출 수준에 미치지 못했다. 대조적으로 전문적인 사업 영역에서는 매출이 전년도에 비해 크게 성장했다.

세제 & 홈케어 사업 부문은 주로 세제 분야에서 양호한 매출 성장을 기록했다.

지역적인 관점으로는 북미를 제외한 모든 지역에서 3 분기에 기관매출 성장을 보였다. 크게 나타난 매출 성과는 주로 신흥시장에서 이루어졌다. 전 지역에서 높은 한 자릿수 성장을 기록했다.

헨켈 최고경영자는 다음과 같이 설명한다.

“코로나 19 유행병이 지속되는 동안, 시장에서 우리는 유연하고 빠르게 대응해야 합니다. 빠듯한 공급망과 상승하는 원자재 및 운송 비용은 특히 다루기 어려운 부분이라고 증명되었습니다. 전적으로 주의해야 하는 어려운 상황에서 목적성 있는 성장 과제를 이루고자 전략적인 우선순위에 초점을 맞추고 있습니다.”

2021 년 회계연도 전망 갱신

2021 년 회계연도에 남은 기간을 전망하며 헨켈 최고경영자는 말한다.

“코로나 19 가 어떻게 전개되어 소비와 산업 생산에 영향을 미칠지는 여전히 불확실합니다. 특히, 원자재 가격과 유통 비용이 계속 크게 증가하여 이전 예상보다 훨씬 큰 범위까지 경제에 영향을 주고 있습니다. 사업과 이윤에 미치는 영향력을 최소화하기 위해 광범위하게 조치하여 열심히 노력하고 있습니다.”

“이번 연도 첫 9 개월 기간에 큰 폭으로 이루어진 성과에 기반하여 기관 성장에 관한 지침을 승인했습니다. 하지만, 원자재 가격과 유통 비용의 계속 증가로 추가적인 마이너스 성장이 발생하여 조정 EBIT(이자, 세금 차감 전 영업이익)마진과 희석주당이익에 관한 지침을 갱신하고 있습니다. 현재 이러한 측정 기준은 전년도 지침 범위의 하위 수준에 맞추고 있습니다.”

헨켈은 그룹 수준에서 지속적인 6.0 ~ 8.0% 기관매출 성장을 기대하고 있다. 조정 EBIT 마진은 약 13.5%, 고정환율 희석주당이익은 높은 한 자릿수 퍼센트 범위로 증가할 것으로 예상한다.

“우리는 몹시 어려운 시장환경에서 운영을 이어가고 있습니다. 하지만, 목적의식 있는 성장을 위한 전략적인 기반과 능력 있는 인재로 구성된 세계적인 팀과 함께 위기를 잘 견디고 미래를 성공적으로 다듬어가고 있습니다.”

그룹매출성과

2021년 3분기 그룹 매출은 명목상 1.9%, 5,092 백만유로에 이르는 성장을 이루었다. 기관 상으로(예, 외환조정, 기업인수/투자회수) 매출이 3.5% 성장했다. 그룹 수준에서 매출 증가는 가격으로 인한 것이었다. 양적인 발전은 사업 부문에 걸쳐 다양했다. 기업인수 및 투자회수는 0.3% 감소했다. 외환효과는 매출에 1.3% 영향을 미쳤다.

2021년 첫 9개월 기간에 명목상 3.7%, 15,019 백만유로에 이르는 매출 성장을 이루었다. 기관매출 성장 측면으로는 8.6% 주요 성장을 이루었다. 이는 주로 양적인 성장으로 인한 것이었고, 명확한 가격 개발도 성장에 기여했다.

Group sales performance¹

in million euros	Q3/2021	1-9/2021
Sales	5,092	15,019
Change versus previous year	1.9%	3.7%
Foreign exchange	-1.3%	-5.1%
Adjusted for foreign exchange	3.2%	8.8%
Acquisitions/divestments	-0.3%	0.1%
Organic	3.5%	8.6%
Of which price	3.4%	2.6%
Of which volume	0.1%	6.0%

¹ All individual figures have been commercially rounded. Addition may result in deviations from the totals indicated.

신흥시장은 2021년 3분기에 8.3% 기관매출 성장을 기록했다. 성숙시장에서의 기관매출 개발이 전년도 대비 0.2% 성장했다. 동유럽 지역 8.9%, 아프리카/중동 지역 8.1%, 라틴아메리카 지역에서는 9.0% 매출 성장을 이루었다. 아태지역에서는 7.5% 매출이 증가했다. 서유럽 지역에서는 1.1%, 북미 지역에서는 -2.6%로 나타났다.

Sales performance by region¹

	Western Europe	Eastern Europe	Africa/Middle East	North America	Latin America	Asia-Pacific	Corporate	Henkel Group
in million euros								
Sales² July–September 2021	1,491	842	299	1,264	306	856	35	5,092
Sales ² July–September 2020	1,472	796	301	1,354	273	777	26	4,999
Change versus previous year	1.3%	5.8%	-0.9%	-6.7%	12.2%	10.1%	–	1.9%
Organic	1.1%	8.9%	8.1%	-2.6%	9.0%	7.5%	–	3.5%
Proportion of Group sales 2021	29%	17%	6%	25%	6%	17%	1%	100%
Proportion of Group sales 2020	29%	16%	6%	27%	5%	16%	1%	100%

¹ All individual figures have been commercially rounded. Addition may result in deviations from the totals indicated.

² By location of company.

2021년 첫 9개월 기간에 신흥시장에서의 기관매출 성장은 성숙시장에서의 2.9% 증가 대비 16.9%였다.

Sales performance by region¹

	Western Europe	Eastern Europe	Africa/Middle East	North America	Latin America	Asia-Pacific	Corporate	Henkel Group
<i>in million euros</i>								
Sales² January–September 2021	4,520	2,362	919	3,737	888	2,498	96	15,019
Sales ² January–September 2020	4,322	2,240	956	3,917	792	2,177	81	14,485
Change versus previous year	4.6%	5.4%	-3.9%	-4.6%	12.2%	14.8%	–	3.7%
Organic	4.0%	14.5%	20.6%	1.2%	16.8%	16.1%	–	8.6%
Proportion of Group sales 2021	30%	16%	6%	25%	6%	17%	1%	100%
Proportion of Group sales 2020	30%	15%	7%	27%	5%	15%	1%	100%

¹ All individual figures have been commercially rounded. Addition may result in deviations from the totals indicated.

² By location of company.

접착 테크놀로지스 사업 부문 매출 성과

접착 테크놀로지스 사업 부문의 매출은 2021년 3 분기에 명목상 7.1%, 2,442 백만유로로 증가했다. 기관 상으로(예, 외환조정, 기업인수/투자회수) 매출이 7.0% 성장했다. 가격과 양적인 측면이 성장에 똑같이 기여했다. 기업인수/투자회수가 0.5% 매출 성장에 기여한 반면, 외환효과로 0.4% 매출이 감소했다.

2021년 첫 9 개월 기간에 접착 테크놀로지스 사업 부문의 매출은 명목상 11.8%, 7,194 백만유로로 증가했다. 양적인 성장과 해당 연도에 진행된 명확한 가격 개발로 인해 15.5% 기관매출 성장을 이루었다. 이 기간에는 모든 지역과 사업에 걸쳐 솔루션이 크게 요구되었다.

Sales performance Adhesive Technologies¹

in million euros	Q3/2021	1-9/2021
Sales	2,442	7,194
Proportion of Group sales	48%	48%
Change versus previous year	7.1%	11.8%
Foreign exchange	-0.4%	-4.2%
Adjusted for foreign exchange	7.5%	16.0%
Acquisitions/divestments	0.5%	0.4%
Organic	7.0%	15.5%
Of which price	3.4%	2.1%
Of which volume	3.6%	13.4%

¹ All individual figures have been commercially rounded. Addition may result in deviations from the totals indicated.

3 분기에 접착 테크놀로지스 사업 부문의 개별 영역 개발이 다양했다. 자동차 및 금속 분야의 기관매출은 매년 조금씩 하향되는 추세이다. 주요 원인으로는 세계적인 반도체 부족으로 자동차 생산 수준이 저하되어 부정적으로 작용했다.

전자 및 산업 사업 부문은 두 자릿수 기관매출 성장을 이루었다. 포장 및 소비재 사업 부문도 지속적으로 높은 고객 수요와 특히 포장 및 라이프스타일 사업으로 인해 두 자릿수 기관매출 성장을 보였다. 공예 및 건설, 전문 사업 부문에서는 전년도 3 분기 대비 크게 매출이 성장했다. 소비자 및 공예 사업은 전년도 분기의 두 자릿수 성장에 이어 하락했다. 이는 건설, 일반 제조 및 관리 사업에서의 성장으로 충분히 상쇄되었다. 지역적인 관점으로는 신흥시장에서의 접착 테크놀로지스 매출이 전년도 3 분기보다 상당히 증가했다. 특히 포장 및 소비재 사업 부문에 의해 동유럽과 라틴아메리카 지역에서는 두 자릿수 성장을 기록했다. 아프리카/중동 및 아시아 지역(일본 외) 매출도 크게 성장했다.

모든 지역의 성숙시장에서 기관매출 성과는 대단한 수준으로 나타났다. 북미와 서유럽 지역에서는 자동차 생산이 줄어 자동차 및 금속 사업 부문에 부정적인 영향을 미쳤다. 그러나 모든 다른 사업 부문에서 높아진 수요로 충분히 상쇄할 수 있었다. 아태지역의 성숙시장도 전 사업 영역으로 지원되어 아주 높은 성장을 기록했다.

뷰티케어 매출 성과

뷰티 케어 사업 부문의 매출은 2021년 3 분기에 934 백만유로를 기록하여 명목상 6.5% 감소했다. 기관 상으로(예, 외환조정, 기업인수/투자회수) 매출이 전년도 대비 3.0% 하락했다. 양적인 측면으로 성장이 저하되었지만, 명확한 가격 개발이 기록되었다. 외환은 1.1%, 기업인수/투자회수는 2.4% 매출 감소에 영향을 미쳤다.

2021년 첫 9 개월 기간에 뷰티 케어 사업 부문의 매출은 2,773 백만유로를 기록하여 명목상 1.6% 감소했다. 기관 상으로 양적인 성장과 가격으로 인해 2.3% 매출이 증가했다.

Sales performance Beauty Care¹

in million euros	Q3/2021	1-9/2021
Sales	934	2,773
Proportion of Group sales	18%	18%
Change versus previous year	-6.5%	-1.6%
Foreign exchange	-1.1%	-3.7%
Adjusted for foreign exchange	-5.4%	2.1%
Acquisitions/divestments	-2.4%	-0.2%
Organic	-3.0%	2.3%
Of which price	1.7%	1.8%
Of which volume	-4.7%	0.6%

¹ All individual figures have been commercially rounded. Addition may result in deviations from the totals indicated.

3 분기에 고객 사업 부문의 기관매출 성과는 바디 케어 부분에서 상당히 저조한 판매로 전년도에 비해 하락했다. 이는 전년도 기간, 코로나 19 유행병으로 인해 상당한 매출 증가 추세를 보였던 비누 제품에 대한 수요가 점점 표준화되었기 때문이다. 헤어 제품은 개별 영역에서 나타난 발전과는 달리 해마다 성장이 줄어드는 추세이다. 헤어 스타일링은 3 분기에 상당한 기관매출 성장을 기록하면서 이번 연도 상반기부터 회복되어 유지되었다. 대조적으로 유행병 인해 전년도에 상당히 매출이 증가했던 헤어 염색제는 매출이 하락했다. 헤어 케어도 전년도 수준에 비해 감소했다.

3 분기에 전문 사업 부문은 신형시장과 성숙시장에서 크게 성장하여 올해 상반기에 상당한 매출 성과를 유지했다. 특히 북미에서의 큰 성장과 아프리카/중동, 동유럽 지역의 매출이 두 자리 퍼센트 증가하여 나타난 성과이다.

기관매출은 3 분기에 신형시장의 소비자 및 전문 사업 부문에서 크게 성장했다. 이는 라틴아메리카를 제외한 모든 지역의 성과로 인한 것이다. 동유럽 지역에서 크게 성장하고, 아시아(일본 외)와 아프리카/중동 지역에서 두 자리 퍼센트 상승했다.

전반적으로 성숙시장에서 해마다 기관매출 성과가 하락했다. 아태지역의 성숙시장에서는 성장을 보였지만, 서유럽과 북미 지역에서는 전년도 수준에 비해 성장 수준이 감소했다.

세제 & 홈케어 매출 성과

세제 & 홈케어 사업 부문 매출은 2021년 3 분기에 1,680 백만유로를 기록하여 전년도 대비 명목상 0.8% 하락했다. 기관 상으로(예, 외환조정, 기업인수/투자회수) 매출은 2.0% 성장했다. 이러한 성과는

양적인 측면으로는 성장이 저하되었지만, 명확한 가격 개발로 인한 것이었다. 전반적으로 기업인수/투자회수는 매출에 실질적인 영향을 주지 않았지만, 외환효과로 매출이 2.8% 감소했다.

2021년 첫 9개월 기간에 세제 & 홈케어 사업 부문의 매출은 4,956 백만유로를 기록하여 **명목상 3.8%** 감소했다. **기관 상으로** 매출이 가격으로 3.3% 크게 증가했다.

Sales performance Laundry & Home Care¹

in million euros	Q3/2021	1-9/2021
Sales	1,680	4,956
Proportion of Group sales	33%	33%
Change versus previous year	-0.8%	-3.8%
Foreign exchange	-2.8%	-7.0%
Adjusted for foreign exchange	2.1%	3.2%
Acquisitions/divestments	0.0%	-0.1%
Organic	2.0%	3.3%
Of which price	4.3%	3.6%
Of which volume	-2.2%	-0.3%

¹ All individual figures have been commercially rounded. Addition may result in deviations from the totals indicated.

3 분기에 강력 세제로 **세탁 세제** 부문에서 큰 기관매출 성과를 이루었다. 핵심 브랜드인 퍼실은 특히 지속적인 혁신 주도의 결과로 아주 크게 성장했다. 특수 세제는 퍼울 브랜드로 인해 두 자릿수 판매 성장을 이루었다. 캡스 제품도 크게 성장하여 전반기부터 성공적인 성과가 이어졌다.

3 분기에 **홈케어** 사업 부문은 경질표면 세제의 저조한 판매로 매출 성과가 약간 떨어졌다. 이는 상당히 성장세였던 위생제품이 코로나 19 로 인하여 보통 수준으로 전환되었기 때문이다. 이러한 하락은 프릴, 브레프, 소매트와 같은 브랜드 군에 기반하여 주방 세제 제품의 지속적인 성과와 변기 세정제의 상당한 성장으로 상쇄되었다.

3 분기에 **신흥시장**에서 특히 아시아(일본 외)와 라틴아메리카 지역에서 두 자릿수 퍼센트로 성장을 기록하여 상당한 기관 성장을 이루었다. 기관매출 성장은 동유럽과 아프리카/중동 지역에서 강세를 보였다.

전반적으로 **성숙시장**에서의 기관매출은 북미 지역의 부정적인 영향으로 전년도 대비 하락했다. 대조적으로 서유럽 지역에서는 긍정적이었다. 아태지역의 성숙시장의 성장은 두 자릿수 퍼센트 범위였다.

그룹의 순자산 및 재무상태

2021년 6월 30일 현재, 그룹의 순자산 및 재무상태 상의 실질적인 변화는 회계연도에 발생하지 않았다.

헨켈그룹의 전망

헨켈 경영진은 2021년 첫 9개월간의 사업 발달에 기반하여 회계연도 말까지의 경과를 추정하여 2021년 회계연도 지침을 갱신하기로 했다.

코로나 19로 인하여 2020년 세계 경제성장이 급격하게 저하된 이후에 2021년에는 산업적인 수요가 전반적으로 상당히 회복되어 수많은 소비재 분야의 수요가 정상화될 것으로 평가에 기반하여 추정한다. 동시에 헨켈의 주요한 원자재와 물류 서비스는 세계적으로 억제된 공급망으로 가격이 크게 증가했다.

이러한 요소를 고려하여 2021년 회계연도에는 헨켈 그룹이 6.0 ~ 8.0% **기관매출 성장**을 이룰 것으로 예상한다.

접착 테크놀로지스 사업 부문에서는 기관매출 성장을 10.0 ~ 12.0%, 뷰티 케어와 세제 & 홈케어 사업 부문에서는 2.0 ~ 4.0%로 예상한다.

현재까지 2020, 2021년의 기업인수 및 투자회수로 헨켈 그룹의 명목상 매출 성장에 재료가 영향을 미칠 것으로 예상하지 않는다. 외화매출 환산은 가운데 한 자릿수 퍼센트 범위로 부정적인 영향을 예상한다.

수요에서 기대하는 주요 회복은 특히 산업 및 전문 사업에서 2021년 헨켈 **수익성과**에 긍정적으로 영향을 미칠 것으로 예상한다. 전체 회계연도에 10%대 초중반(이전, 10%대 초반 범위)로 상승할 것으로 예상하여 일부 상쇄할 수 있는 직접재료의 이례적인 가파른 가격 상승이 이전 예상보다 이익에 크게 영향을 미치고 있다. 또한, 외환 변화도 수익에 불리한 영향을 미칠 것으로 예상한다.

이러한 요인들을 고려하면, 헨켈 그룹이 약 13.5% 조정 EBIT 마진을 기록할 것으로 예상한다(이전 지침: 13.5 ~ 14.5%). 접착 테크놀로지스 사업 부문은 약 16.0%(이전 지침: 16.0 ~ 17.0%), 뷰티 케어 사업 부문은 약 9.5%(이전 지침: 9.5 ~ 10.5%), 세제 & 홈케어 사업 부문은 약 14.0%(이전 지침: 14.0 ~ 15.0%)로 예상한다.

고정환율로 희석우선주당이익은 높은 한 자릿수 퍼센트 범위로 높아질 것으로 예상한다(이전 지침: 높은 한 자릿수 ~ 10%대 중반 범위).

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, 추정, 유사 조건과 같은 어휘 사용으로 특징됩니다. 이 정보에는 헨켈(Henkel AG & Co. KGaA)의 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.

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