

Sajtóközlemény

2022. május 5

Rendkívüli kihívásokkal teli üzleti környezet

A Henkel jelentős szerves árbevétel-növekedést ért el az első negyedévben

- **A csoport árbevétele szervesen +7,1 százalékkal, mintegy 5,3 milliárd euróra nőtt; nominálisan +6,1 százalék:**
 - Az Adhesive Technologies kétszámjegyű szerves árbevétel-növekedése +10,7 százalék; nominálisan +11,6 százalék
 - Beauty Care árbevétele enyhe, -1,2 százalékos szerves; -3,5 százalékos nominális csökkenést mutat a tervezett portfólióintézkedések megvalósítása miatt
 - Laundry & Home Care markáns, +4,9 százalékos, nominálisan +2,2 százalékos növekedést ért el
- **Feltörekvő piacok kétszámjegyű árbevétel-növekedéssel, érett piacok erős növekedéssel**
- **A Laundry & Home Care és a Beauty Care üzletágak egyesítése a Henkel Consumer Brands integrált több kategóriás platformján:**
 - A növekedési lendület és a fedezeti profil erősítése a fogyasztói üzletágban
 - Jelentős szinergiák: Célzott mintegy bruttó 500 millió euró megtakarítás középtávon
 - Az intézkedések végrehajtásának első szakasza 2023 végére: körülbelül 250 millió euró éves nettó megtakarítás várható, mintegy 2000 munkahelyet érint világszerte
 - Portfólió intézkedések a legfeljebb 1 milliárd euró éves összárbevételt elérő üzletekre vonatkozóan
- **A 2022-es pénzügyi év kilátásai április 29-én frissítve**
- **Egyértelmű elkötelezettség a közép- és hosszú távú pénzügyi ambíciók iránt**

2022 első negyedévében a Henkel a csoport árbevételét körülbelül 5,3 milliárd euróra növelte egy nagy kihívásokkal jellemezhető piaci környezetben. A szerves árbevétel jelentősen, +7,1 százalékkal nőtt, ami elsősorban a nagyon erős árazási teljesítménynek köszönhető, és ezzel párhuzamosan enyhe volumencsökkenés következett be. Nominálisan az árbevétel növekedése +6,1 százalék volt.

„Ez a nagyon jó értékesítési teljesítmény bizonyítja a növekedési programunkat, valamint alkalmazottaink óriási elkötelezettségét világszerte, melyért köszönetünket szeretnénk kifejezni. A makrogazdasági környezet azonban az év eleje óta drámaian romlott. A globális koronavírus-válság hatását, amelyet a nyersanyagpiacok és a globális ellátási láncok rendkívül feszült helyzete kísér, drasztikusan súlyosbította az ukrajnai háború” – mondta Carsten Knobel, a Henkel igazgatóságának elnöke.

„E rendkívül nehéz körülmények ellenére is a céltudatos növekedésre irányuló világos stratégiánkat követjük. Adhesive Technologies üzletágunk globális vezető szerepet tölt be a piacon, és számos kulcsfontosságú iparágban kínál innovatív megoldásokat – egyértelműen a jövőbeli trendekre, például a mobilitásra, a kapcsolódásra és a fenntarthatóságra összpontosítva. A Laundry & Home Care és Beauty Care fogyasztói üzletágaink Henkel Consumer Brands néven történő egyesítése révén pedig egy több kategóriás platformot hozunk létre, mintegy 10 milliárd eurós árbevétellel. Célunk, hogy jövőbeli Consumer Brands üzletágunk legkésőbb 2023 elejére megvalósuljon. Szélesebb alapot kínál majd portfólióink következetesebb optimalizálásához, valamint az üzleti tevékenység magasabb növekedési és árrésprofil felé történő előmozdításához” – magyarázta Carsten Knobel.

Az első negyedéves árbevétel-növekedés különösen az **Adhesive Technologies** üzletágnak köszönhető, amely kétszámjegyű, +10,7 százalékos szerves növekedést produkált, amelyhez minden üzleti terület hozzájárult.

A **Beauty Care** üzletág szerves árbevételének alakulása enyhén negatív, -1,2 százalékos volt az első negyedévben. A fodrász üzleti terület kétszámjegyű növekedést ért el. A fogyasztói üzleti terület eredményei a várakozásoknak megfelelően elmaradtak az előző évi szinttől, elsősorban a 2022-re meghirdetett portfólióintézkedések végrehajtása miatt.

A **Laundry & Home Care** üzletág rendkívül erős, +4,9 százalékos szerves árbevétel-növekedést ért el, ami a mosószerek (Laundry Care) terület jelentős növekedésének köszönhető. Ezzel szemben a tisztítószer (Home Care) terület szerves árbevételének alakulása enyhén negatív volt az első negyedévben.

Regionális viszonylatban a Henkel jelentős értékesítési teljesítményét elsősorban a feltörekvő piacok vezérelték. Ugyanakkor az érett piacok is erőteljes szerves értékesítési fejlődés tapasztalható.

A 2022-es pénzügyi év hátralévő részére nézve Carsten Knobel elmondta: „Gazdasági környezetünk bizonytalansága és változékonysága tovább nőtt az ukrajnai háború nyomán. Az alapanyagok és a logisztikai szolgáltatások ára ismét jelentősen emelkedett. Az ukrajnai háború fejleményeire tekintettel április közepén úgy döntöttünk, hogy beszüntetjük oroszországi és fehéroroszországi üzleti tevékenységünket. Ez mintegy 1 milliárd eurós éves árbevételt és több mint 2.500 alkalmazottat érint. Tekintettel ezekre a fejleményekre, most arra számítunk, hogy az év hátralévő részében jelentősen nagyobb nyomás nehezedik eredményeikre, mint az év elején. Ezért április végén ennek megfelelően frissítettük az idei évre vonatkozó előrejelzésünket.”

A Henkel most +3,5 és +5,5 százalék közötti szerves árbevétel-növekedést vár csoportszinten a 2022-es pénzügyi évben. A korrigált árbevétel-arányos megtérülés (EBIT ráta) várhatóan 9,0 és 11,0 százalék között lesz. Az elsőbbségi részvények korrigált hozama (EPS) vonatkozásában, változatlan árfolyamon számolva a Henkel most -35 és -15 százalék közötti csökkenést vár.

Csoport értékesítési teljesítménye

2022 első negyedében a csoport árbevétele nominálisan +6,1 százalékkal nőtt, az előző év azonos negyedévi 4.968 millió euróról 5.271 millió euróra. **Szervesen** (azaz az árfolyamhatásokkal és felvásárlásokkal/elidegenítésekkel korrigáltan) az árbevétel +7,1 százalékkal nőtt. Az árbevétel jelentős növekedése csoportszinten az áraknak köszönhető. A felvásárlások és értékesítések -1,1 százalékkal csökkentették az árbevételt. A devizaárfolyamhatások enyhe, +0,2 százalékos pozitív hatást gyakoroltak az árbevételre.

A **feltörekvő piacok** kétszámjegyű, +11,4 százalékos szerves növekedést értek el az **első negyedévben**. A szerves árbevétel-teljesítmény növekedése az **érett piacokon** erős, +3,1% volt. Míg a nyugat-európai régió enyhén visszaesett az előző évhez képest – a szerves árbevétel csökkenése -0,4 százalékos volt – addig Kelet-Európában +21,0 százalékkal nőtt az árbevétel. Az afrikai/közél-keleti régióban a szerves árbevétel +1,4 százalékos növekedést értünk el 2022 első negyedében, az észak-amerikai régióban pedig +6,6 százalékkal tudtuk növelni árbevételünket. A szerves árbevétel növekedése +15,2 százalékot ért el Latin-Amerikában és +5,3 százalékot az ázsiai-csendes-óceáni régióban.

Adhesive Technologies árbevétel teljesítménye

2022 első negyedében az Adhesive Technologies üzletágban az árbevétel **nominálisan** +11,6 százalékkal nőtt, az előző év azonos negyedévi 2.358 millió euróról 2.631 millió euróra. **Szervesen** (azaz az árfolyamhatásokkal és felvásárlásokkal/elidegenítésekkel korrigáltan) az árbevétel +10,7 százalékkal nőtt 2021 első negyedéhez képest. A mennyiségek változatlanok maradtak, miközben az árak kétszámjegyű százalékos tartományban emelkedtek. A devizaárfolyamhatások +1,6 százalékkal növelték az árbevételt, míg az akvizíciók/eladások enyhe, -0,7 százalékos negatív hatással voltak.

Az Adhesive Technologies valamennyi üzletági területe hozzájárult az **első negyedévben** elért árbevétel-növekedéshez. Az **Automotive & Metals** üzleti terület jó árbevétel-növekedést produkált. Az autóiipari termelés visszaesésének – különösen a félvezetők folyamatos globális hiánya miatti – üzleti tevékenységünkre gyakorolt negatív hatását a Metals terület kétszámjegyű növekedése bőven ellensúlyozta. A **Packaging & Consumer Goods** üzleti terület profitált a folyamatosan magas vevői keresletből, és kétszámjegyű árbevétel-növekedést produkált – különösen a Packaging és Lifestyle területnek köszönhetően. Az **Electronics & Industrials** üzleti terület jelentős szerves árbevétel-növekedést ért el, különösen az Industrials kétszámjegyű növekedésnek köszönhetően, amely kiegészíti az Electronics terület pozitív árbevétel növekedését. A **Craftsmen, Construction & Professional** üzleti terület jelentős szerves árbevétel-növekedést könyvelhetett el az előző év

első negyedévéhez képest, elsősorban a Construction és a Mechanical Engineering & Maintenance területen elért, kétszámjegyű növekedésnek köszönhetően.

A regionális bontás azt mutatja, hogy az Adhesive Technologies üzletág kétszámjegyű szerves árbevétel-növekedést ért el a **feltörekvő piacokon**. Az árbevétel növekedése kétszámjegyű volt Kelet-Európában és Latin-Amerikában, elsősorban a Packaging & Consumer Goods üzleti területnek köszönhetően. Az afrikai/közél-keleti régió jelentős, az ázsiai (Japánt nem számítva) régió pedig nagyon erős árbevétel-növekedést produkált.

A szerves árbevétel-növekedés az **érett piacokon** összességében jelentős, az észak-amerikai régióban kétszámjegyű emelkedést könyvelhetett el. Nyugat-Európában nagyon jelentős árbevétel-növekedést értünk el, a csökkenő autóipari termelésből az üzleti tevékenységünket befolyásoló kedvezőtlen hatásokat bőven ellensúlyozta az összes többi üzletág növekedése. Az ázsiai-csendes-óceáni régió érett piacai jelentős növekedést könyvelhettek el, amelyhez minden üzleti terület hozzájárult.

Beauty Care értékesítési teljesítménye

2022 első negyedévében a Beauty Care üzletág árbevételei **nominálisan** -3,5 százalékkal 892 millió euróra csökkentek (2021 első negyedéve: 925 millió euró). **Szervesen** (azaz az árfolyamhatásokkal és felvásárlásokkal/elidegenítésekkel korrigáltan) az árbevétel -1,2 százalékkal csökkent az előző évi szinthez képest. Miközben a mennyiségek csökkentek, az üzletág jelentős áremelést ért el. Az árfolyamhatások kismértékben, +0,1 százalékkal növelték, míg az akvizíciók/eladások -2,4 százalékkal csökkentették az árbevételt.

2022 első negyedévében a Fogyasztói (Consumer) üzleti területág szerves árbevétel-teljesítménye elmaradt az előző év negyedévéétől, elsősorban a bejelentett portfólióintézkedések miatt, amelyek magukban foglalják a jövőbeni alapterveken nem tartozó tevékenységek megszüntetését. A portfólió-optimalizálási folyamat során a 2021-es Beauty Care üzletágban elért árbevétel körülbelül 5 százalékát kitevő üzleti tevékenységek az idei év folyamán megszűnnek. Az első negyedévben a Hair Cosmetics kategória összességében visszaesett az előző év időszakához képest, bár az egyes kategóriák teljesítménye eltérő volt. A Hair Styling terület kétszámjegyű szerves árbevétel-növekedést produkált, folytatva ezzel a tavaly megkezdett fellendülést. A Hair Colorants és Hair Care területek árbevétele elmaradt az előző évi szinttől. A Hair Colorants kategóriában ez a kereslet folyamatos normalizálódásának volt köszönhető, amely a világjárvány következtében jelentősen magasabb volt az előző év azonos negyedévében. A Body Care szegmens visszaesése elsősorban a fent említett portfólióintézkedéseknek volt köszönhető.

A **Fodrász (Professional)** üzleti terület az első negyedévben is a tavalyihoz képest erős teljesítményt nyújtott, kétszámjegyű szerves árbevétel-növekedést produkálva. Míg mind az érett, mind a feltörekvő piacok hozzájárultak ehhez, ezt az árbevétel-növekedést különösen az Észak-Amerikában, valamint Nyugat- és Kelet-Európában elért kétszámjegyű növekedés vezérelte.

Az árbevétel-növekedés összességében jó volt a **feltörekvő piacokon** az első negyedévben, Ázsia (Japán kivételével) és Latin-Amerika jelentős növekedést produkált. A kelet-európai régióban nagyon erős árbevétel-növekedést értünk el, míg az afrikai/közél-keleti régióban negatív volt az értékesítési teljesítményünk, elsősorban a fent említett portfólióintézkedéseknek köszönhetően.

Összességében az **érett piacokon** a szerves értékesítési teljesítmény elmaradt az előző évi szinttől. Az ázsiai-csendes-óceáni régió érett piaci erőteljes árbevétel-növekedést produkáltak a Consumer üzletágnak köszönhetően. Az észak-amerikai régió jó árbevétel-teljesítményt ért el a Professional üzletágnak köszönhetően. Ezzel szemben Nyugat-Európában értékesítési teljesítményünk negatív volt, elsősorban a hajfestékek iránti kereslet normalizálódása és a portfólió-optimalizálási intézkedések miatt.

Laundry & Home Care értékesítési teljesítménye

A Laundry & Home Care üzletág **2022 első negyedévében** 1.692 millió euró árbevételt ért el, amely **nominálisan** +2,2 százalékos növekedés az előző év negyedévében elért 1.656 millió euróhoz képest. **Szervesen** (azaz az árfolyamhatásokkal és felvásárlásokkal/elidegenítésekkel korrigáltan) az üzletág árbevétele nagyon erőteljesen, +4,9 százalékkal nőtt. Ez a teljesítmény elsősorban az árak kétszámjegyű százalékos növekedésének volt köszönhető, miközben a mennyiség csökkent. Az akvizíciók/eladások -1,0 százalékos negatív hatással voltak az értékesítésre. Az árfolyamhatások -1,8 százalékkal csökkentették az árbevételt.

A **Laundry Care** terület jelentős szerves árbevétel-növekedést produkált az **első negyedévben**, elsősorban a nagy teljesítményű mosószer és öblítő kategóriákban történő jelentős fejlődésnek köszönhetően. Fő márkánk, a Persil – csakúgy, mint az észak-amerikai „all” márkánk – folyamatos innovációs offenzívánknak köszönhetően hozzájárult ehhez a teljesítményhez. Speciális mosószereink kétszámjegyű százalékos növekedést értek el, főként a Perwoll márkánk által.

A **Home Care** terület szerves árbevétel-teljesítménye enyhén negatív volt az első negyedévben, különösen a felülettisztítók kategória visszaesése miatt. A kereslet itt tovább normalizálódott, miután a COVID-19 világjárvány hatására az előző éves időszakban jelentős növekedés következett be. Ezzel szemben a mosogatószer és WC-tisztító kategóriák értékesítési teljesítménye pozitív, illetve jó volt, amely a Pur és a Bref márkacsaládoknak volt köszönhető.

A **feltörekvő piacokon** kétszámjegyű szerves árbevétel-növekedést értünk el az első negyedévben, elsősorban a kelet-európai és latin-amerikai régiók hozzájárulásának köszönhetően, amelyek egyaránt kétszámjegyű százalékos növekedést könyveltek el. A szerves árbevétel-növekedés nagyon erős volt az afrikai/közél-keleti régióban, és pozitív volt az ázsiai (Japán kivételével) régióban.

Szerves árbevételünk összességében pozitív volt az **érett piacokon**, ami az észak-amerikai jó teljesítménynek és az ázsiai-csendes-óceáni régió érett piacain tapasztalt kétszámjegyű

növekedésnek köszönhető. Ezzel szemben a nyugat-európai árbevétel alacsonyabb volt az előző év negyedéhez képest.

A Csoport nettó eszközei és pénzügyi helyzete

A vizsgált időszakban 2021. december 31-hez képest nem történt lényeges változás a Csoport nettó eszközeiben és pénzügyi helyzetében.

A fogyasztói üzletágak egyesítése egy új, integrált Henkel Consumer Brands üzletág létrehozásával

2022. január 28-án a Henkel bejelentette, hogy a Laundry & Home Care és a Beauty Care üzletágait egy új, integrált Henkel Consumer Brands üzletágba egyesíti, amely két globális kategóriára, a Laundry & Home Care és Hair Care területekre összpontosít. A további kategóriákat regionálisan irányítják.

„A Henkel Consumer Brands létrehozása fontos stratégiai lépés számunkra ahhoz, hogy kialakítsuk vállalatunk sikeres jövőjét. Vonzó portfóliónk van mindkét – Laundry & Home Care és Beauty Care – üzletágban, erős márkákkal, valamint világszerte vezető piaci és kategóriapozíciókkal. Az új üzletág több kategóriás platformmá alakításával egyértelmű törekvésünk, hogy fokozzuk fogyasztói üzletágaink növekedését és árrésprofilját” – mondta a Henkel igazgatóságának elnöke, Carsten Knobel.

„Fogyasztói üzletágaink összevonásával számos területen jelentős szinergiákat érünk el, melyeket jövedelmezőségünk erősítése érdekében ki is kívánunk használni. Ez tükröződik közép- és hosszú távú pénzügyi ambícióinkban is: a Henkel Consumer Brands esetében 3-4 százalékos szerves árbevétel-növekedést és a tizes százalékos tartomány közepén korrigált EBIT rátát kívánunk elérni. A megtakarítások egy részét újra befektetjük vállalkozásaink versenyképességének növelése érdekében. Ezzel további előrehaladást fogunk elérni olyan fontos területeken, mint az innováció, a fenntarthatóság és a digitalizáció. Ez lehetővé teszi számunkra, hogy pozitív növekedési lendületet teremtünk, és a következő szintre emeljük céltudatos növekedési programunk megvalósítását.”

Az egy üzletágba történő integráció középtávon várhatóan jelentős bruttó **megtakarítást** eredményez (újrabefektetések előtti), összesen mintegy 500 millió euró összegben. Ezek a szinergiák elsősorban az értékesítési és adminisztrációs struktúrák, az ellátási lánc (termelés és logisztika), valamint a reklám és marketing optimalizálásából fakadnak. A megvalósítás két szakaszban történik. Az első szakaszban 2023 végéig valósulnak meg az intézkedések, amelyek éves szinten mintegy 250 millió euró nettó megtakarítást eredményeznek. Napjaink távlatából világszerte mintegy 2000 munkahelyet érint ez, elsősorban az értékesítés és az adminisztráció területén. Az első szakaszban a Henkel mintegy 350 millió euró **egyszeri kiadással** számol. A második szakaszban az új, integrált üzletág ellátási láncának optimalizálására helyezik a hangsúlyt.

A Henkel Consumer Brands a teljes fogyasztási cikkek üzletág multi-kategóriás platformjaként mintegy 10 milliárd euró összárbevétellel még jobb lehetőségeket kínál az **aktív**

portfóliókezelésre. Ebbe beletartozik az olyan üzletek leválasztása vagy eladása, amelyek a növekedés és a jövedelmezőség tekintetében nem felelnek meg a kritériumainknak. A legfeljebb 1 milliárd euró összárbevételű üzletek és márkák jelenleg felülvizsgálat alatt állnak. A célzott **felvásárlások** – a meglévő alapkategóriákban, valamint más, új fogyasztási cikk kategóriákban – szintén a portfólió további bővítését és a Henkel Consumer Brands növekedési lendületének felgyorsítását szolgálják.

„Azzal, hogy következetesen a magas bruttó fedezetű vállalkozásokra és márkákra koncentrálnak, megteremtjük a feltételeket jövedelmező képességünk növeléséhez, valamint a további növekedési befektetésekhez szükséges plusz forrásokhoz – így egy önfenntartó és erősödő növekedési dinamikát generálunk” – összegezte Wolfgang König, a Henkel igazgatóságának tagja, a Consumer Brands üzletág leendő vezetője.

A Henkel-csoport kilátásai

2022 első három hónapja üzleti tevékenységének alakulása és az év hátralévő részének üzleti teljesítményére vonatkozó jelenlegi feltételezések alapján, különös tekintettel a nyersanyag- és logisztikai szolgáltatások jelentős költségnövekedésére, valamint az oroszországi üzleti tevékenységekből történő kilépési döntéssel kapcsolatos hatásokra, a Henkel AG & Co. KGaA igazgatósága 2022. április 29-én frissítette a 2022-es pénzügyi év kilátásait.

A nyersanyagpiacokon és a globális ellátási láncokban kialakult rendkívül feszült helyzetet tovább súlyosbította az ukrajnai háború. Ennek eredményeként a közvetlen anyagárak és a logisztikai szolgáltatások árai ismét jelentősen és a korábban vártnál nagyobb mértékben emelkedtek. Az oroszországi üzleti tevékenységből való kilépésről szóló április közepi bejelentés mellett a Henkel úgy döntött, hogy Fehéroroszországban is leállítja tevékenységét. Ez összesen mintegy 1 milliárd euró éves árbevételt érint.

Ami az **anyagárakat** illeti, a Henkel most a húsz százalékos sáv közepén számol emelkedéssel a teljes évre vonatkozóan a 2021-es átlaghoz képest. Korábban a tíz százalékos tartomány alsó sávjában történő emelkedésre számítottak.

A Henkel most +3,5 és +5,5 százalék közötti **szerves árbevétel-növekedést** vár **csoportszinten a 2022-es pénzügyi évben** (korábban: +2,0 és +4,0 százalék között).

Az erőteljesebb szerves árbevétel-növekedés mögött elsősorban az **Adhesive Technologies** üzletág áll, amelynél a Henkel most +8,0 és +10,0 százalék (korábban: +5,0 és +7,0 százalék) közötti szerves árbevétel-növekedést vár, elsősorban a magasabb nyersanyag- és logisztikai költségek magasabb árak formájában történő áthárítása miatt. A Beauty Care és a Laundry & Home Care üzletágak szerves árbevétel-növekedésére vonatkozó várakozások változatlanok maradnak. A **Beauty Care** esetében a szerves árbevétel várhatóan -5,0 és -3,0 százalék között alakul. Amint azt bejelentettük, a visszaesés elsősorban a portfóliójavítás érdekében már elhatározott és végrehajtott intézkedéseknek tudható be, beleértve a jövőbeni alaptervékenységbe nem tartozó tevékenységek megszüntetését is. A **Laundry & Home Care**

üzletág esetében a Henkel továbbra is a +2,0 és +4,0 százalékos tartományban számít szerves árbevétel-növekedésre. A Henkel oroszországi és fehéroroszországi üzleti tevékenységeinek a beszüntetésére vonatkozó döntés fényében ezek az országok a második negyedévtől kiesnek a Henkel szerves árbevétel-növekedéséből.

Várakozásaink szerint a 2021-ben végrehajtott akvizíciók és értékesítések, valamint oroszországi és fehéroroszországi üzleti tevékenységek beszüntetésének hatásai az alacsony és a közepes egyszámjegyű százalékos tartományban negatív hatással lesznek a Henkel-csoport nominális árbevétel-növekedésére. Előrejelzésünk nem veszi figyelembe az aktív portfóliókezelési körünkbe tartozó üzleti tevékenységek, márkák és kategóriák további leválasztásának és megszüntetésének hatásait a Beauty Care üzletághoz kapcsolódó, már megvalósítás alatt állókon kívül. Továbbra is pozitív hatást várunk az alacsony egyszámjegyű százalékos tartományban a devizában történő eladások átszámításától.

Oroszországi és fehéroroszországi üzleti tevékenységünk beszüntetésének hatásai mellett a korábban vártnál nagyobb hatást gyakorol az eredményre a közvetlen anyag- és logisztikai árak drasztikus emelkedése, amiket ebben a pénzügyi évben nem lehet teljes mértékben ellensúlyozni.

A Henkel-csoport korrigált árbevétel-arányos megtérülése (EBIT marzs) most 9,0 és 11,0 százalék közötti tartományban várható (korábban 11,5 és 13,5 százalék között). Az **Adhesive Technologies** üzletág esetében a Henkel 13,0 és 15,0 százalék közötti (korábban: 15,0-17,0 százalék), a **Beauty Care** esetében 5,0-7,0 százalék (korábban: 7,5-10,0 százalék), a **Laundry & Home Care** esetében pedig 7,0-9,0 százalék (korábban: 10,5-13,0 százalék) korrigált árbevétel-arányos megtérülést vár.

Az **elsőbbségi részvények korrigált hozamának (EPS)** vonatkozásában, változatlan árfolyamon számolva a Henkel most -35 és -15 százalék (korábban -15 és +5 százalék között) közötti csökkenést vár.

Emellett a következő várakozásaink vannak 2022-re vonatkozóan:

- 450-500 millió euró (korábban: 200-250 millió euró) szerkezetátalakítási kiadások. Ebbe most már beletartoznak a Laundry & Home Care és a Beauty Care üzletágak összevonásával kapcsolatos költségek is.
- Az ingatlanokba, gépekbe és immateriális javakba történő befektetések pénzkiáramlása 700-800 millió euró (változatlan).

Az új előrejelzés azon feltételezésen alapul, hogy az ukrajnai háború hatásai nem súlyosbodnak jelentősen, és a COVID-19 világjárvány miatt nem következnek be új széles körű üzleti és termelési lezárások az iparban és a kereskedelemben.

Ezen túlmenően az oroszországi és fehéroroszországi üzleti tevékenységből való kilépés kapcsán speciális kiadások is felmerülhetnek, amelyeket korrigálni kell, amelyek többsége nem készpénz jellegű. Ezek főként a megvalósítás típusától, időzítésétől és időtartamától függenek.

A Henkelről

A Henkel kiegyensúlyozott és változatos portfólióval rendelkezik világszerte. Erős márkáival, innovációival és technológiáival a vállalat és három üzletága vezető piaci pozíciót foglal el mind az ipari, mind a fogyasztási cikkek terén. A Henkel Adhesive Technologies az egyik legjelentősebb globális szereplő a ragasztópiacra. A vállalat számos piacon és kategóriában vezető szerepet tölt be Laundry & Home Care és Beauty Care üzletágaival is. Az 1876-ban alapított Henkel több mint 140 év sikert tudhat maga mögött. A 2021-es pénzügyi évben a vállalat több mint 20 milliárd euró árbevételt és mintegy 2,7 milliárd euró korrigált üzemi eredményt ért el. A Henkel több, mint 52.000 munkatársa világszerte egy sokszínű csapatot alkot, akiket az erős vállalati kultúra, a közös célok és értékek kötnek össze. A Henkel vezető szerepét a fenntarthatóság terén számos nemzetközi index és rangsor igazolja. A vállalat elsőbbségi részvényeit a német DAX tőzsdeindexben jegyzik. További információt a www.henkel.com weboldalon talál.

Ez a tájékoztatás a jövőre vonatkozó állításokat tartalmaz, amelyek a Henkel AG & Co. KGaA vállalati vezetősége jelenlegi becsléseinek és feltételezéseinek alapulnak. A jövőre vonatkozó állításokat olyan és hasonló szavakkal fejezzük ki, mint a „vár”, „szándékozik”, „tervez”, „jósol”, „feltételez”, „vél”, „becsül” és hasonló kifejezések. Az ilyen állítások semmiképpen sem értelmezendők úgy, hogy azok garanciát jelentenek az általuk kifejezett várakozások pontos teljesülésére. A Henkel AG & Co. KGaA és kapcsolódó vállalkozásainak jövőbeli teljesítménye és tényleges eredményei számos kockázat és bizonytalanság függvényei, és így jelentősen eltérhetnek a jövőre vonatkozó állításoktól. Sok ilyen tényezőre nincs befolyása a Henkelnek, és ezek előre nem becsülhetők fel pontosan, mint például a későbbi gazdasági környezet, vagy a versenytársak és más piaci szereplők tevékenysége. A Henkel nem tervezi és nem vállalja, hogy a jövőre vonatkozó állításait frissítse.

Ez a dokumentum - az alkalmazandó pénzügyi beszámolási keretrendszerben nem egyértelműen meghatározva - tartalmazza azokat a kiegészítő pénzügyi intézkedéseket, amelyek alternatív teljesítménymutatók, vagy azok lehetnek (nem GAAP-intézkedések). Ezeket a kiegészítő pénzügyi intézkedéseket nem szabad elszíveteltlen vagy a Henkel nettó eszközállományának és pénzügyi helyzetének, illetve a műveletek eredményei alternatívájaként tekinteni, ahogyan azt a konszolidált pénzügyi kimutatásokban a vonatkozó pénzügyi beszámoló kereteivel összhangban bemutatják. Más, hasonlóan megnevezett alternatív teljesítménymutatókat jelentő vagy leíró vállalatok eltérő módon számíthatják ki őket.

Ezt a dokumentumot csak tájékoztatási célból bocsátották ki, és nem célja befektetési tanácsadás, vagy értékpapírokra vonatkozó eladási ajánlat, vagy vételi ajánlat kérése.

Pénzügyi naptár

2022. féléves pénzügyi jelentés publikálása

2022. augusztus 15, hétfő

2022. harmadik negyedéves pénzügyi jelentés publikálása

2022. november 8, kedd

Kapcsolat

Befektetők és elemzők

Manuel Bösing

Tel: +49 211 797 - 6459

Email: manuel.boesing@henkel.com

Jennifer Ott

Tel: +49 211 797 - 2756

Email: jennifer.ott@henkel.com

Dr. Dennis Starke

Tel: +49 211 797 - 5601

Email: dennis.starke@henkel.com

Sajtó és média

Lars Witteck

Tel: +49 211 797 - 2606

Email: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Tel: +49 211 797 - 1875

Email: wulf.klueppelholz@henkel.com

Hanna Philipps

Tel: +49 211 797 - 3626

Email: hanna.philipps@henkel.com

További letölthető anyagok, dokumentumok elérhetők: www.henkel.com/press

Henkel Magyarország Kft.

Vállalati kommunikáció

Dispiter Dorottya

Tel: (1) 372-5555

Email: vallalati.kommunikacio@henkel.com