

## Sporočilo za javnost

29. april 2022

Henkel je na podlagi predhodnih podatkov objavil rezultate prodaje v prvem četrletju

### Henkel je v prvem četrletju dosegel občutno organsko rast prodaje in posodobil smernice za celotno leto 2022

- **Organska rast prodaje na ravni celotne družbe v višini +7,1 odstotka na približno 5,3 milijarde evrov**
  - **Adhesive Technologies (Lepila in tehnologije):** dvomestna organska rast prodaje v višini +10,7 odstotka
  - **Beauty Care:** rahlo zmanjšanje organske prodaje za -1,2 odstotka
  - **Laundry & Home Care (Pralna sredstva in čistila):** zelo močna organska rast prodaje v višini +4,9 odstotka
- **Posodobljene napovedi za poslovno leto 2022: pričakovano izjemno strmo naraščanje cen za neposredne materiale in logistične storitve ter močne posledice zaradi prekinitve poslovanja v Rusiji in Belorusiji**
  - **Organska rast prodaje:** +3,5 do +5,5 odstotka
  - **Prilagojena marža iz poslovanja (EBIT)\*:** med 9,0 in 11,0 odstotka
  - **Prilagojeni dobiček na prednostno delnico (EPS)\* pri stalnih menjalnih tečajih:** zmanjšanje v višini od -35 do -15 odstotkov

**Düsseldorf:** Henkel je na podlagi predhodnih podatkov v prvem četrletju dosegel vrednost prodaje na ravni celotne družbe v višini približno 5,3 milijarde evrov. To ustreza visoki rasti organske prodaje v višini 7,1 odstotka v primerjavi s povprečnimi tržnimi pričakovanji v višini 4,3 odstotka. K rasti prodaje je pripomogel predvsem zelo močen razvoj cen z rahlim upadom volumna poizvedenih izdelkov.

Za rast prodaje v prvem četrletju je poskrbela predvsem poslovna enota **Adhesive Technologies (Lepila in tehnologije)**, ki je na podlagi predhodnih podatkov v prvem četrletju



\* prilagojeno za enkratne izdatke/prilive in stroške prestrukturiranja.

dosegla dvomestno organsko rast prodaje v višini +10,7 odstotka. Rast prodaje so dosegle vse poslovne enote.

Na podlagi predhodnih podatkov je poslovna enota **Beauty Care** zabeležila rahlo znižanje organske prodaje v višini -1,2 odstotka. Segment za profesionalne frizerske salone je dosegel dvomestno organsko rast prodaje, segment potrošniškega blaga pa je po pričakovanjih zabeležil slabši rezultat kot lansko leto, predvsem zaradi ukrepov upravljanja portfolia, ki so bili napovedani za leto 2022.

Predhodni podatki kažejo, da je poslovna enota **Laundry & Home Care (Pralna sredstva in čistila)** dosegla zelo močno organsko rast prodaje v višini +4,9 odstotka, na kar je vplivala občutna rast segmenta pralnih sredstev. Segment za čistila je v prvem četrtnem obdobju zabeležil rahlo zmanjšanje organske prodaje.

»Kljub zelo dobri rezultati prodaje družbe Henkel v prvem četrtnem obdobju se gospodarsko okolje od začetka leta še naprej drastično slabša. Vojska v Ukrajini je še poostriala posledice globalne krize zaradi koronavirusne bolezni ter poslabšala izjemno napeto situacijo na trgu surovin in v globalnih dobavnih verigah. Cene za materiale in logistične storitve so se posledično ponovno zelo močno zvišale. Poleg tega smo se na podlagi razvoja vojne v Ukrajini sredi meseca aprila odločili za prekinitev naših poslovnih aktivnosti v Rusiji. Prav tako smo se odločili tudi za umik poslovne dejavnosti iz Belorusije. To vpliva na skupno letno prodajo v višini 1 milijarde evrov in več kot 2.500 zaposlenih,« je povedal Carsten Knobel, predsednik upravnega odbora družbe Henkel.

»Zaradi trenutnega razvoja za preostanek leta pričakujemo občutno večji pritisk v povezavi z našim dobičkom, kot ga je bilo občutiti v začetku leta. Zato smo ustrezno posodobili naše napovedi za poslovno leto 2022,« je pojasnil Carsten Knobel. Glede **cen materialov** Henkel predvideva povečanje v področju srednje dvomestne odstotne vrednosti za celotno leto 2022 v primerjavi s povprečjem v letu 2021. Prvotno je bilo predvideno povečanje v področju enomestne odstotne vrednosti. »To so dodatni stroški v višini dveh milijard evrov za celotno leto, kar je dvakrat več, kot smo predvideli konec januarja. Nismo še bili priča tolikšnemu zvišanju cen. S trenutnim razvojem se spopadamo s ciljno usmerjenimi protiukrepi, zlasti z nadaljnjim višanjem cen in izboljšanjem učinkovitosti.«

V **poslovnem letu 2022** Henkel pričakuje **organsko rast prodaje na ravni celotne družbe** v višini +3,5 do +5,5 odstotka (predhodna napoved: +2,0 do +4,0 odstotka). Na močnejšo organsko rast prodaje bo vplivala predvsem poslovna enota **Adhesive Technologies (Lepila in tehnologije)**, za katero je predvidena organska rast prodaje v višini +8,0 do +10,0 odstotka (predhodna napoved: +5,0 do +7,0 odstotka), predvsem zaradi višjih cen, ki so posledica višjih

stroškov za surovine in logistične storitve. Pričakovanja za organsko rast prodaje poslovnih enot Beauty Care in Laundry & Home Care (Pralna sredstva in čistila) ostajajo nespremenjena.

Za poslovno enoto **Beauty Care** se pričakuje negativni razvoj organske prodaje v višini od –5,0 do –3,0 odstotka. Kot je bilo že napovedano, je negativni razvoj posledica že sprejetih ukrepov, ki se izvajajo za namen izboljšanja portfolia, vključno s prekinitvijo dejavnosti, ki ne bodo del prihodnjega glavnega poslovnega področja. Za poslovno enoto **Laundry & Home Care (Pralna sredstva in čistila)** Henkel še naprej pričakuje organsko rast prodaje v višini +2,0 do +4,0 odstotka. Zaradi odločitve o ukinitvi poslovanja v Rusiji in Belorusiji ti državi od drugega četrtertletja naprej ne bosta več vključeni v organsko rast prodaje družbe Henkel.

Poleg posledic umaknitve poslovanja iz Rusije in Belorusije ima znatno zvišanje cen za neposredne materiale in logistične storitve, česar v tem poslovnem letu ni mogoče povsem izravnati, večji vpliv na dobiček, kot je bilo predvideno.

Na ravni **celotne družbe Henkel** se pričakuje **prilagojena marža iz poslovanja (EBIT)** v nižjem razponu od 9,0 do 11,0 odstotka (predhodna napoved: 11,5 do 13,5 odstotka). Za poslovno enoto **Adhesive Technologies (Lepila in tehnologije)** Henkel pričakuje prilagojeno maržo iz poslovanja v višini od 13,0 do 15,0 odstotka (predhodna napoved: 15,0 do 17,0 odstotka), za poslovno enoto **Beauty Care** v višini od 5,0 do 7,0 odstotka (predhodna napoved: 7,5 do 10,0 odstotka), za poslovno enoto **Laundry & Home Care (Pralna sredstva in čistila)** pa v višini 7,0 do 9,0 odstotka (predhodna napoved: 10,5 do 13,0 odstotka).

Za **prilagojeni dobiček na prednostno delnico (EPS)** pri stalnih menjalnih tečajih Henkel pričakuje zmanjšanje v višini –35 do –15 odstotkov (predhodna napoved: –15 do +5 odstotkov).

Nove napovedi temeljijo na predpostavki, da se posledice vojne v Ukrajini ne bodo poslabšale in da epidemija covid-19 ne bo privedla do ponovnega vsesplošnega zaprtja poslovanja in proizvodnje v industriji ter maloprodaji.

»Kljub izjemno težkemu okolju sledimo strategiji za celostno rast. Z našo poslovno enoto Adhesive Technologies (Lepila in tehnologije) smo vodilni na tem področju, nudimo inovativne rešitve v številnih pomembnih industrijah in se osredotočamo na prihodnje trende, kot so mobilnost, povezljivost in trajnostni razvoj. Z združitvijo naših poslovnih programov maloprodaje Laundry & Home Care (Pralna sredstva in čistila) ter Beauty Care v novo poslovno enoto Henkel Consumer Brands (Potrošniške blagovne znamke) bomo oblikovali platformo, sestavljeno iz več kategorij, ki bo dosegla približno 10 milijard evrov prodaje. Vzpostavitev našega novega poslovnega programa Consumer Brands (Potrošniške blagovne znamke), ki bo doprinesel boljšo osnovo za nadaljnjo optimizacijo našega portfolia in omogočil izboljšanje profila rasti in marže, pričakujemo najpozneje v začetku leta 2023,« je dodal Carsten Knobel.

Henkel bo 5. maja objavil poročilo za prvo četrtletje poslovnega leta 2022 in v njem predstavil nadaljnje informacije o postopku združitve dveh poslovnih enot ter načrtovane ukrepe v zvezi s portfoliom, vključno s pričakovanimi stroški za sinergije in prestrukturiranje.

## O Henklu

Henkel deluje globalno z uravnoteženim in širokim portfoliom izdelkov. Podjetje s svojimi tremi poslovnimi enotami zavzema vodilne položaje v industriji in maloprodaji, zahvaljujoč vodilnimi blagovnimi znamkami, inovacijami in tehnologijami. Poslovna enota Adhesive Technologies (Lepila in Tehnologije) je vodilni ponudnik na trgu lepil – v vseh segmentih industrije po vsem svetu. S poslovnima enotama Beauty Care ter Laundry & Home Care (Pralna sredstva in čistila) Henkel zavzema vodilne položaje na številnih trgih in kategorijah po vsem svetu. Podjetje, ki je bilo ustanovljeno leta 1876, se ponaša z več kot 140 leti uspešnega delovanja. V letu 2021 je Henkel dosegel vrednost prodaje v višini več kot 20 milijard evrov in prilagojeni dobiček iz poslovanja v višini 2,7 milijarde evrov. Podjetje zaposluje približno 52.000 ljudi po svetu – raznolik tim sodelavcev, ki jih prežemata strast in predanost, povezujejo pa jih močna korporativna kultura, skupni cilj za ustvarjanje trajne vrednosti in skupne vrednote. Kot priznana vodilno podjetje na področju trajnostnega razvoja zavzema Henkel najvišja mesta na številnih mednarodnih indeksih in lestvicah. Prednostne delnice družbe Henkel kotirajo na nemškem borznem indeksu DAX. Več informacij najdete na spletni strani [www.henkel.si](http://www.henkel.si).

Ta dokument vsebuje napovedi, ki se nanašajo na prihodnji potek našega poslovanja in bodočo finančno uspešnost kot tudi prihodnje postopke ali razvoj, ki se tičejo Henkla in lahko predstavljajo napovedi za prihodnost. Za napovedi so značilni izrazi, kot so: pričakovati, nameravati, načrtovati, predvidevati, predpostavljati, ocenjevati in podobno. Take napovedi temeljijo na trenutnih ocenah in predpostavkah vodstva družbe Henkel AG & Co. KGaA. Takih izrazov ne gre razumeti v smislu zagotovil, da se bodo pričakovanja dejansko izpolnila. Izvedba in rezultati, ki jih bodo družba Henkel AG & Co. KGaA in povezane družbe v prihodnosti dejansko dosegle, se lahko materialno bistveno razlikujejo od podanih napovedi, saj so odvisni od številnih tveganj in negotovosti. Henkel ne more v celoti vplivati na večino dejavnikov, kot so prihodnje gospodarsko okolje in aktivnosti konkurenčnih podjetij in drugih deležnikov na trgu, saj teh dejavnikov ni mogoče natančno oceniti vnaprej. Henkel ne načrtuje posodobitve napovedi in se k temu ne zavezuje.

Ta dokument vsebuje dodatne materialne finančne kazalnike, ki so ali bi lahko bili alternativni kazalniki uspešnosti (ne splošno sprejeta računovodska načela). Ti dodatni finančni kazalniki se ne smejo obravnavati ločeno ali kot alternativna metoda za ocenjevanje Henklovega premoženja, finančnega stanja ali rezultatov poslovanja, ki so predstavljeni v skladu z veljavnim okvirom računovodskega poročanja v konsolidiranih računovodskih izkazih. Druga podjetja, ki poročajo ali opisujejo podobne alternativne kazalnike uspešnosti, jih lahko izračunajo na drug način.

Ta dokument je bil pripravljen za namen obveščanja in zato ni namenjen investicijskemu svetovanju ali kot ponudba za prodajo ali za nakup kakršnihkoli vrednostnih papirjev.

## **Kontakt**

### **Julija Lojen Baltić**

Specialistka za komuniciranje

Tel: +386 41 479 – 464

Email [julija.lojen-baltic@henkel.com](mailto:julija.lojen-baltic@henkel.com)

[www.henkel.si/novinarsko-sredisce](http://www.henkel.si/novinarsko-sredisce)