

Sporočilo za javnost

15. avgust 2022

Henkel poroča o rezultatih v prvem polletju

Henkel je občutno povečal prodajo, sledil strateškemu načrtu in zvišal cilje glede prodaje za leto 2022

- Prodaja na ravni celotne družbe je v prvi polovici leta 2022 dosegla organsko rast v višini +8,9 odstotka in znaša približno 10,9 milijarde evrov (nominalna rast +9,9 odstotka), k čemur so pripomogle vse poslovne enote in regije
- Na rezultate je, kot je bilo predvideno, vplivalo drastično zvišanje cen za surovine:
 - Dobiček iz poslovanja (EBIT)* je dosegel 1,166 milijarde evrov (-18,5 %)
 - Prilagojena marža iz poslovanja (EBIT)* znaša 10,7 % (-370 bazičnih točk)
 - Prilagojeni dobiček na prednostno delnico (EPS)* znaša 1,95 evra, -20,8 % pri stalnih menjalnih tečajih
- Dober napredek pri izvajanju načrta za namensko rast in pri združevanju potrošniških poslovnih segmentov v poslovno enoto Henkel Consumer Brands (Potrošniške tržne znamke)
- Posodobljene napovedi za poslovno leto 2022:
 - Organska rast prodaje: zvišanje na +4,5 do +6,5 odstotka
 - Prilagojena marža iz poslovanja (EBIT)*: nespremenjena v razponu od 9,0 do 11,0 odstotka
 - Prilagojeni dobiček na prednostno delnico (EPS)* pri stalnih menjalnih tečajih: nespremenjeno zmanjšanje v višini -35 do -15 odstotkov

Düsseldorf: V prvi polovici leta 2022 je Henkel povečal prodajo na ravni celotne družbe na približno 10,9 milijarde evrov. To ustreza občutni rasti organske prodaje v višini +8,9 odstotka. K pozitivnemu razvoju so pripomogle vse poslovne enote in regije. Po pričakovanjih je na dobiček v prvi polovici leta vplivalo drastično zvišanje cen za surovine

in logistične storitve. Kljub občutnemu povišanju cen izdelkov, strogemu upravljanju stroškov in nadaljnjim izboljšavam učinkovitosti teh vplivov ni bilo mogoče povsem izravnati.

»V zelo zahtevnem okolju so rezultati prodaje v prvih šestih mesecih presegli predhodna pričakovanja za celotno leto, medtem ko se je dobiček razvijal v skladu z našimi smernicami za poslovno leto 2022. Na podlagi tega razvoja smo zvišali naše cilje za organsko rast prodaje na ravni celotne družbe za vse leto in potrdili naše smernice za prilagojeno maržo iz poslovanja (EBIT) ter prilagojeni dobiček na prednostno delnico,« je povedal Carsten Knobel, predsednik upravnega odbora družbe Henkel.

»Nenehno razvijamo našo strategijo za namensko rast in v prvi polovici leta 2022 smo zabeležili dober napredek pri njenem izvajanju, predvsem zaradi izjemne predanosti naših zaposlenih po vsem svetu. Z našo poslovno enoto Adhesive Technologies (Lepila in tehnologije) smo vodilni na svetovni ravni, nudimo inovativne rešitve 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) in Beauty Care trenutno oblikujemo platformo, ki bo sestavljena iz več kategorij in dosegla približno 10 milijard evrov prodaje. Združitev dobro napreduje, tako da načrtujemo vzpostavitev naše nove poslovne enote Consumer Brands (Potrošniške tržne znamke) najpozneje v začetku leta 2023. Združena poslovna enota bo nudila boljšo osnovo za nadaljnjo optimizacijo našega portfolia ter omogočila izboljšanje profila rasti in marže.«

Posodobljene napovedi za poslovno leto 2022

Henkel v poslovnem letu 2022 pričakuje organsko rast prodaje v višini +4,5 do +6,5 odstotka (predhodna napoved: +3,5 do +5,5 odstotka). Za poslovno enoto Adhesive Technologies (Lepila in tehnologije) je še vedno predvidena organska rast prodaje v višini +8,0 do +10,0 odstotka. Za poslovno enoto Beauty Care družba Henkel zdaj pričakuje organsko rast prodaje v višini –3,0 do –1,0 odstotka (predhodna napoved: –5,0 do –3,0 odstotka). Za poslovno enoto Laundry & Home Care (Pralna sredstva in čistila) se pričakuje organska rast prodaje v višini +4,0 do +6,0 odstotka (predhodna napoved: +2,0 do +4,0 odstotka). Prilagojena marža iz poslovanja (EBIT) na ravni celotne družbe Henkel naj bi ostala nespremenjena v razponu od 9,0 do 11,0 odstotka. Za prilagojeni dobiček na prednostno delnico (EPS) pri stalnih menjalnih tečajih pa Henkel še naprej pričakuje zmanjšanje v višini –35 do –15 odstotkov.

Umaknitev poslovanja iz Rusije in Belorusije v teku

Aprila 2022 je družba Henkel sprejela odločitev o umaknitvi poslovanja iz Rusije in Belorusije. Henkel temeljito ocenjuje vse možnosti in namerava postopek umaknitve zaključiti do konca tega leta.

Rezultati prodaje in dobička na ravni celotne družbe Henkel v prvi polovici leta 2022

Z 10,913 milijarde evrov je bila **prodaja na ravni celotne družbe** v prvi polovici leta 2022 za +9,9 odstotka višja v primerjavi z lanskim letom (drugo četrletje: 5,642 milijarde evrov, +13,8 odstotka). **Organska rast prodaje** (tj. brez vplivov zaradi menjalnih tečajev in akvizicij/dezinvesticij) se je občutno povečala za +8,9 odstotka (drugo četrletje: +10,9 odstotka). Akvizicije in dezinvesticije so prodajo zmanjšale za –1,4 odstotka (drugo četrletje: –1,8 odstotka). To vključuje vplive napovedanega umika poslovanja iz Rusije in Belorusije od začetka drugega četrletja. Spremembe menjalnih tečajev so povišale prodajo za +2,4 odstotka (drugo četrletje: +4,7 odstotka). To vključuje tudi vplive uporabe mednarodnega računovodskega standarda MRS 29 (Računovodsko poročanje v hiperinflacijskih gospodarstvih), ki je od začetka obdobja poročanja obvezna za Turčijo.

Prilagojeni dobiček iz poslovanja (prilagojen EBIT) je v prvi polovici leta znašal 1,166 milijarde evrov v primerjavi z 1,430 milijarde evrov v enakem obdobju lani. Na upad so vplivale predvsem občutno višje cene za neposredne materiale.

Prilagojena marža iz poslovanja (prilagojena marža EBIT) se je s 14,4 odstotka znižala na 10,7 odstotka zaradi občutno višjih cen za neposredne materiale.

Prilagojeni dobiček na prednostno delnico je v prvi polovici leta 2022 znašal 1,95 evra. Pri stalnih menjalnih tečajih to predstavlja znižanje v višini –20,8 odstotka v primerjavi z enakim obdobjem lani. Na tak razvoj so vplivale predvsem občutno višje cene za neposredne materiale.

Čista obratna sredstva so se zvišala za 1,6 odstotne točke na 5,2 odstotka prodaje (enako obdobje lanskega leta: 3,6 odstotka), na kar je prav tako vplivalo močno zvišanje cen surovin.

Prosti denarni tok v višini 46 milijonov evrov je bil nižji kot v prvi polovici leta 2021 (471 milijonov evrov) zaradi nižjega denarnega toka iz poslovanja, kar je rezultat nižjega dobička iz poslovanja in višjih čistih obratnih sredstev.

Neto finančni položaj je 30. junija 2022 znašal –1,441 milijarde evrov (31. december 2021: –292 milijonov evrov). V ta razvoj so vključeni tudi stroški v višini približno 430 milijonov evrov za zagon programa za odkup delnic v februarju 2022 kot tudi izplačila dividend v višini približno 800 milijonov evrov v drugem četrletju.

Rezultati poslovnih enot v prvi polovici leta 2022

V prvi polovici leta 2022 je **prodaja** poslovne enote **Adhesive Technologies (Lepila in tehnologije)** dosegla nominalno rast v višini +15,0 odstotka in znaša 5,467 milijarde evrov (drugo četrletje: 2,836 milijarde evrov, +18,5 odstotka). **Organska rast prodaje** se je povečala za +12,2 odstotka (drugo četrletje: +13,7 odstotka).

Organska rast prodaje poslovne enote **Beauty Care** se je v prvih šestih mesecih leta 2022 povečala za +0,4 odstotka (drugo četrletje: +2,1 odstotka). Nominalno se je prodaja povečala za +0,2 odstotka in dosegla 1,842 milijarde evrov (drugo četrletje: 950 milijonov evrov, +3,9 odstotka).

Poslovna enota **Laundry & Home Care (Pralna sredstva in čistila)** je v prvi polovici leta 2022 dosegla občutno **organsko rast prodaje** v višini +7,4 odstotka (drugo četrletje: +10,1 odstotka), kar je enako nominalnemu zvišanju v višini +6,7 odstotka na 3,494 milijarde evrov (drugo četrletje: 1,802 milijarde evrov, +11,3 odstotka).

Načrt za namensko rast: dober napredek

Henkel sledi načrtu za namensko rast in je razvil jasen strateški okvir, s katerim bo dosegel zastavljene cilje. Ključni elementi strateškega okvirja so uspešen portfolio, jasna konkurenčna prednost na področjih inovacij, trajnostnega razvoja in digitalizacije ter poslovni modeli, ki so pripravljene za prihodnost – vse skupaj pa temelji na močni kulturi podjetja.

V prvi polovici leta 2022 je Henkel dosledno delal na implementaciji načrta za namensko rast ter dosegel dober napredek na vseh področjih. Z združitvijo poslovnih programov Laundry & Home Care (Pralna sredstva in čistila) in Beauty Care v novo poslovno enoto **Henkel Consumer Brands (Potrošniške tržne znamke)** bo Henkel načrt namenske rasti dvignil na višjo raven. Struktura nove poslovne enote bo zajemala dve globalni kategoriji – Pralna sredstva in čistila ter Nega las, ki ju bodo podpirale osrednje funkcije in štiri regije. Nadaljnje kategorije se bodo upravljale na regionalni ravni. Določene so že prve štiri ravni upravljanja. Na največjem enotnem trgu družbe Henkel, v ZDA, pričakujejo popolno vzpostavitev nove oblike ureditve že od septembra naprej.

V sklopu združitve dveh segmentov potrošniškega blaga in kot del **aktivnega upravljanja portfolia** se trenutno izvaja pregled poslovnih segmentov in blagovnih znamk s skupno prodajo do 1 milijarde evrov. To vključuje odprodaje oziroma umaknitve poslovnih segmentov, ki ne izpolnjujejo kriterijev družbe Henkel glede rasti in dobičkonosnosti. V prvi polovici leta 2022 je Henkel že zabeležil dober napredek z umaknitvijo nekaterih neključnih segmentov

poslovne enote Beauty Care. To je del ukrepov za portfolio poslovne enote Beauty Care z obsegom prodaje približno 200 milijonov evrov, katerih izvedba je načrtovana do konca tega leta.

Henkel je svoj portfolio še dodatno okrepil z **akvizicijami** oziroma prevzemi. Julija 2022 je bil sklenjen prevzem podjetja Shiseido, ki proizvaja izdelke za profesionalne frizerske salone v azijsko-pacifiški regiji. S tem je Henkel postal drugo največje globalno podjetje v segmentu za profesionalne frizerske salone.

Da bi okrepil svojo **konkurenčno prednost**, se Henkel osredotoča na nadaljnje spodbujanje **inovacij** in krepitev **trajnostnega razvoja** kot elementa, po katerem se razlikuje od drugih, ter na povečanje ustvarjanja vrednosti za stranke in potrošnike s pomočjo **digitalizacije**.

Ključni element Henklove strategije je jasno razlikovanje na trgu s pomočjo uspešnih **inovacij**, ki so v prvi polovici leta občutno podpirale rast. V poslovni enoti Adhesive Technologies (Lepila in tehnologije) so razvili nove požarno zaščitne premaze za baterije električnih vozil. S tem niso samo občutno povečali varnosti potnikov, temveč strankam v avtomobilski industriji omogočili tudi doseganje stroškovno učinkovite proizvodnje. V poslovni enoti Beauty Care je Henkel na trgu ponovno predstavil svojo blagovno znamko za nego las Schauma s preoblikovanim trajnostnim konceptom embalaže, ki je izdelana iz 50 do 100 odstotkov reciklirane plastike. V poslovni enoti Laundry & Home Care (Pralna sredstva in čistila) so z izdelki Persil dosegli dvomestno rast in nadaljnje povečanje tržnega deleža, k čemur je pripomogla razširitev trajnostnih proizvodov, ki so pripravljene na elektronsko poslovanje.

Že dolgo je **trajnostni razvoj** največja prednost družbe Henkel. V znak vedno večjega pomena trajnostnega upravljanja in vse večjih pričakovanj strank ter družbe je Henkel okrepil svojo dolgoročno strategijo trajnostnega razvoja z novim okvirjem trajnostnih ciljev za obdobje do leta 2030, ki ga je predstavil v začetku tega leta. Poleg obstoječih ambicij so določili nove dolgoročne cilje v treh dimenzijah: »Regenerativni planet«, »Uspešne skupnosti« in »Zanesljiv partner«, s katerimi nameravajo še dodatno spodbujati napredek.

V prvi polovici leta 2022 je Henkel še dodatno napredoval na področju trajnostnega razvoja. Pri doseganju cilja za podnebno pozitivno ravnovesje CO₂ v proizvodnih obratih do leta 2030 je Henkel preoblikoval tri dodatne obrate v Evropi, tako da obratujejo s 100-odstotno CO₂-nevtralno energijo. Poleg tega se Henkel še naprej zanaša na obnovljive surovine. S sodelovanjem s podjetjem BASF so obnovljivi viri ogljika zamenjali približno 110.000 ton fosilnih materialov.

Ob inovacijah in trajnostnem razvoju je Henkel kot strateško prioriteto za krepitev konkurenčne prednosti opredelil **digitalizacijo**. V prvi polovici leta je delež prodaje, ki se generira preko digitalnih kanalov, zabeležil dvomestno rast in dosegel več kot 20 odstotkov. S platformo elektronskega poslovanja je poslovna enota Adhesive Technologies (Lepila in tehnologije) v prvi polovici leta 2022 dosegla dvomestno rast. Elektronska trgovina (eShop) in segment za profesionalne frizerske salone sta prav tako beležila dvomestno rast s povečano ponudbo blagovnih znamk in proizvodov. Poleg tega Henkel še dodatno širi ponudbo za elektronsko poslovanje v poslovni enoti Laundry & Home Care (Pralna sredstva in čistila). K temu je pripomogla nova integrirana tehnična platforma RAQN.

Natančni in hitri **poslovni modeli, ki so pripravljeni na prihodnost**, so pomembni elementi Henklovega strateškega okvirja. Henkel je še dodatno razširil spremembe, ki jih je uvedel leta 2020: Digitalna enota Henkel dx ima izjemno učinkovito strukturo in omogoča večje investicije v IT-projekte pri stabilnih stroških.

Dodaten ključni element načrta za namensko rast je nadaljnji razvoj kulture podjetja Henkel in pospešitev **kulturne preobrazbe**. Podjetje namerava namreč spodbujati kulturo sodelovanja. V prvi polovici tega leta je Henkel sprejel vrsto ukrepov, da bi dosegel ta cilj.

Družba je denimo uvedla celostni program upravljanja sprememb v povezavi z združitvijo poslovnih enot Laundry & Home Care (Pralna sredstva in čistila) ter Beauty Care. Program se osredotoča na spremembe izpopolnjevanja veščin in preoblikovanja timov. Za doseganje enakosti med spoloma na vseh vodstvenih ravneh do leta 2025 so pri Henklu sprejeli dodatne ukrepe in sprožili iniciative, kot je teden raznolikosti, pravičnosti in vključenosti (Diversity, Equity & Inclusion Week). V sklopu celostnega koncepta »Smart Work« (Pametno delo) so predstavili nove iniciative, ki se osredotočajo na duševno zdravje in dobrobit zaposlenih.

»Kljub temu da smo se morali soočiti z vplivi epidemije covida-19 in vojne v Ukrajini, smo v prvi polovici tega leta občutno povečali našo organsko in evidentirano prodajo. Po pričakovanjih je na naše rezultate vplivalo predvsem drastično zvišanje cen surovin in logističnih storitev. To je razvidno tudi iz naših posodobljenih napovedi za poslovno leto 2022,« je povedal Carsten Knobel. »Ponosni smo na dober napredek, ki smo ga dosegli z uvedbo našega strateškega načrta za namensko rast in še naprej bomo sledili naši strategiji v tem okolju, polnem izzivov.«

O Henklu

Henkel deluje globalno z uravnoteženim in širokim portfoliem 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 priznано 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.

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

www.henkel.si/novinarsko-sredisce