

2022 Üçüncü Çeyrek Finansal Açıklama

Temmuz–Eylül

2022 mali yılı için öngörü yükseltildi

Henkel çift haneli satış artışıyla büyüme ivmesini üçüncü çeyrekte başarıyla devam ettiriyor

- **Grup düzeyinde satışların organik olarak yüzde +11,3 oranında artarak yaklaşık 6 milyar Euro'ya yükseldiği ve tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaştığı bildirildi; nominal büyüme ise üç iş biriminin katkısıyla yüzde +17,3 oranında gerçekleşti:**
 - **Yapıştırıcı Teknolojileri'nde yüzde +16,8 ile çift haneli organik satış büyümesi ve yüzde +22,6 oranında nominal büyüme gerçekleşti.**
 - **Beauty Care yüzde +0,9 oranında pozitif organik satış büyümesi ve yüzde +8,4 oranında nominal büyüme bildirdi.**
 - **Çamaşır ve Ev Bakım'da yüzde +7,3 oranında önemli bir organik satış büyümesi ve yüzde +13,2 oranında nominal büyüme gerçekleşti.**
- **Gelişmekte olan pazarlar çift haneli satış büyümesi ortaya koyarken, gelişmiş pazarlar da çok güçlü bir büyüme gösterdiler.**
- **Çamaşır & Ev Bakım ve Beauty Care iş birimlerinin Tüketici Markaları İş Birimi adı altında birleştirilmesi planlanandan daha hızlı ilerlemekte.**
- **2022 mali yılı için öngörü: Süregelmekte olan güçlü iş performansına dayanarak satışlar ve kârlılık için hedef yükseltildi.**

Düsseldorf, 8 Kasım 2022 – Henkel **2022 mali yılının üçüncü çeyreğinde** büyüme ivmesini başarıyla sürdürürken, **Grup düzeyinde satışlarını** 6 milyar Euro civarına çıkardı. Bu artış, çeyrek dönem satışları için tüm zamanların en yüksek seviyesini temsil etmenin yanında, tüm iş birimlerindeki ve tüm bölgelerdeki çift haneli fiyat gelişmelerinin etkisiyle yüzde +11,3'lük çift haneli organik büyümeye karşılık geliyor. Tüketici işlerinin etkisi ile hacimler bir yıllık dönemde düşük seyretmekteydi. Nominal olarak, satışlar yüzde +17,3 oranında arttı.

Henkel CEO'su Carsten Knobel görüşlerini, "Olağanüstü derecede zorlu olmaya devam eden bir pazar ortamında, stratejimizi hayata geçirmeye devam ettik ve net bir çift haneli satış büyümesi elde ettik. Tüm iş birimlerinin ve bölgelerin, özellikle de üçüncü çeyrekte Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi'nin satışlarda elde ettiği net çift haneli artışın, bu güçlü iş performansına katkıda bulunması özellikle memnuniyet verici." şeklinde ifade etti.

Knobel sözlerine, "Üçüncü çeyrekteki çift haneli satış büyümesi, başarılı markalardan ve yenilikçi teknolojilerden oluşan güçlü ve dengeli portföyümüzün gücünün bir başka kanıtıdır. Buna ek olarak, portföy optimizasyon tedbirlerimizin uygulanmasını sürekli olarak ileri taşıdık, sıkı maliyet yönetimimizi sürdürdük ve daha fazla verimlilik iyileştirmesi üzerinde çalıştık. Aynı zamanda, iki tüketici iş birimimizi birleştirirken, yeni yapıları hayata geçirmek için planladığımız programın ilerisindeyiz. Bu güçlü performans, böylesi zorlu zamanlarda, Henkel'in uzun vadeli başarısı için gösterdiği olağanüstü bağlılık ile kritik bir rol oynayan küresel ekibimizin başarısıdır," diyerek devam etti.

Henkel'in üçüncü çeyrekteki çift haneli satış büyümesi özellikle **Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi**'nin katkısıyla gerçekleşti. Tüm iş alanları, çift haneli ya da kayda değer organik satış artışı kaydetti.

Beauty Care İş Birimi, açıklanan portföy tedbirlerini uygulamasına rağmen, üçüncü çeyrekte pozitif organik satış büyümesi elde etti. Hem Profesyonel hem de Tüketici alanları bu performansa katkıda bulundu.

Çamaşır ve Ev Bakım İş Birimi, özellikle Çamaşır Bakım alanındaki büyümenin etkisiyle önemli bir organik satış büyümesi elde etti.

Tüm bölgelerde, üçüncü çeyrekte organik satış büyümesi kaydedildi. Grup'un güçlü satış performansı esas olarak gelişmekte olan pazarların etkisiyle gerçekleşti ve bu pazarların dahil olduğu tüm bölgelerde çift haneli organik satış büyümesi ortaya kondu.

2022 mali yılının geri kalanı hakkındaki yorumlarını paylaşan Knobel, "Yüksek oranda dalgalanma ve belirsizliğin etkin olduğu bir iş ortamında faaliyet gösteriyoruz. Ham madde ve enerji maliyetlerinin arttığı bu genel enflasyon ortamında, ilk dokuz ayda güçlü bir iş performansı sergiledik. Zorlu koşullara rağmen, satış ve kârlılık için 2022 **hedefimizi** yükseltiyoruz," şeklinde açıklama yaptı.

Henkel, Grup düzeyinde organik satış büyümesinin yüzde +7,0 ile +8,0 arasında olmasını bekliyor (önceki oran: yüzde +5,5 ile +7,5 arasında). Düzeltilmiş satış kazancının (VFÖK marjı) yüzde 10,0 ile 11,0 arasında olması bekleniyor (önceki seviye: yüzde 9,0 ile 11,0 arasında). Sabit kur ile imtiyazlı hisse senedi başına kârlılıkta (EPS) ise Henkel yüzde -25 ile -15 arasında bir düşüş öngörüyor (önceki oran: yüzde -35 ile -15 arasında).

Grup Genelinde Satış Performansı

2022'nin üçüncü çeyreğinde, Grup genelindeki **satışlar, nominal** olarak yüzde +17,3 oranında artarak 5,976 milyar Euro'ya yükseldi. **Organik** olarak (döviz kurları ile satın alma ve elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) ise satışlar yüzde +11,3 oranında artış gösterdi. Grup düzeyinde bu artış fiyat odaklı gerçekleşirken, hacim gelişmeleri iş birimleri arasında farklılık gösterdi. Satın alma ve elden çıkarmalar satışları yüzde -0,6 oranında düşürdü. Buna karşılık, döviz kurları satışlar üzerinde yüzde +6,6'lık olumlu bir etki yarattı.

2022'nin **ilk dokuz ayında**, satışlar **nominal** olarak yüzde +12,5 oranında artarak 16,889 milyar Euro'ya yükseldi. **Organik** olarak, Henkel, fiyat kaynaklı yüzde +9,7 oranında kayda değer bir satış büyümesi sağlarken, hacimler azaldı.

Grup genelinde satış performansı¹

Milyon Euro	Q3/2022	1-9/2022
Satışlar	5.976	16.889
Geçen yıla kıyasla değişim	%17,3	%12,5
Döviz kurları ²	%6,6	%3,9
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%10,7	%8,6
Satın alma/elden çıkarmalar ³	%-0,6	%-1,1
Organik	%11,3	%9,7
Fiyata göre	%14,7	%11,6
Hacme göre	%-3,4	%-1,9

¹ Her bir rakam ticari olarak yuvarlanmıştır. Eklemeler belirtilen toplamlarda sapmalara sebebiyet verebilir.

² UMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulamasının Türkiye için etkilerini içermektedir.

³ Rusya ve Belarus'taki, ticari faaliyetlerden -önceden duyurulmuş olan- çıkışın etkilerini içermektedir.

Gelişmekte olan pazarlar, üçüncü çeyrekte yüzde +18,6 oranında çift haneli organik satış büyümesi elde etti. **Gelişmiş pazarlarda** ise organik satış büyümesi yüzde +5,6 oranında seyretti. Doğu Avrupa bölgesinde satışlar yüzde +25,2 oranında arttı. 2022'nin üçüncü çeyreğinde Afrika/Orta Doğu bölgesinde yüzde +13,2 oranında, Latin Amerika bölgesinde ise yüzde +22,5 oranında organik satış büyümesi sağlandı. Asya-Pasifik bölgesinde organik satış büyümesi yüzde +13,0 oranında idi. Batı Avrupa bölgesinde yüzde +3,9 oranında güçlü organik satış büyümesi gerçekleşti. Kuzey Amerika bölgesi ise yüzde +7,1 oranında kayda değer organik satış büyümesi elde etti.

Bölgelere göre satış performansı¹

Milyon Euro	Batı Avrupa	Doğu Avrupa	Afrika / Orta Doğu	Kuzey Amerika	Latin Amerika	Asya-Pasifik	Kurumsal	Henkel Grup
Satışlar²								
Temmuz-Eylül 2022	1.533	1.001	344	1.548	413	1.071	65	5.976
Satışlar ²								
Temmuz-Eylül 2021	1.491	842	299	1.264	306	856	35	5.092
Geçen yıla kıyasla değişim	%2,9	%18,9	%15,2	%22,5	%34,9	%25,2	-	%17,3
Organik	%3,9	%25,2	%13,2	%7,1	%22,5	%13,0	-	%11,3
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı								
2022	%26	%17	%6	%26	%7	%18	%1	%100
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı 2021	%29	%17	%6	%25	%6	%17	%1	%100

¹ Her bir rakam ticari olarak yuvarlanmıştır. Eklemeler belirtilen toplamlarda sapmalara sebebiyet verebilir.

² Şirketin bulunduğu lokasyona göre.

2022'nin ilk dokuz ayında gelişmekte olan pazarlarda organik satış büyümesi yüzde +14,8 oranında gerçekleşirken, **gelişmiş pazarlar** yüzde +5,5 oranında bir artış kaydetti.

Bölgelere göre satış performansı¹

Milyon Euro	Batı Avrupa	Doğu Avrupa	Afrika/Orta Doğu	Kuzey Amerika	Latin Amerika	Asya-Pasifik	Kurumsal	Henkel Grup
Satışlar² Ocak-Eylül 2022	4.593	2.668	976	4.421	1.146	2.910	175	16.889
Satışlar ² Ocak-Eylül 2021	4.520	2.362	919	3.737	888	2.498	96	15.019
Geçen yıla kıyasla değişim	%1,6	%12,9	%6,3	%18,3	%29,0	%16,5	–	%12,5
Organik	%2,7	%23,8	%6,5	%8,5	%18,8	%8,5	–	%9,7
Grup genelindeki satışlar için-oran 2022	%27	%16	%6	%26	%7	%17	%1	%100
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı 2021	%30	%16	%6	%25	%6	%17	%1	%100

¹ Her bir rakam ticari olarak yuvarlanmıştır. Eklmeler belirtilen toplamlarda sapmalara sebebiyet verebilir.

² Şirketin bulunduğu lokasyona göre.

Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

2022'nin üçüncü çeyreğinde, Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi'nde **satışlar nominal** olarak yüzde +22,6 oranında artarak 2,995 milyar Euro'ya yükseldi. **Organik** olarak (döviz kurları ile satın alma ve elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) satışlar, yüzde +16,8 oranında artış gösterdi. Hacim performanslarında hafif bir artış olmasına rağmen, fiyatlar çift haneli yüzde oranlarında yükseldi. Satın alma ve elden çıkarmalar satışlarda yüzde -1,9 oranında negatif etki gösterirken, döviz kurları satışlar üzerinde yüzde +7,7 oranında olumlu bir etkiye sahipti.

2022'nin ilk dokuz ayında, Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi'nde **satışlar nominal** olarak yüzde +17,6 oranında artarak 8,462 milyar Euro'ya yükseldi. **Organik** olarak satışlar yüzde +13,7 oranında artış gösterdi. Fiyat gelişimi tüm bölgelerde ve iş alanlarında sürekli olarak güçlü seyretti.

Yapıştırıcı Teknolojileri satış performansı¹

Milyon Euro	Q3/2022	1-9/2022
Satışlar	2.995	8.462
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%50	%50
Geçen yıla kıyasla değişim	%22,6	%17,6
Döviz kurları ²	%7,7	%5,0
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%14,9	%12,6
Satın alma/elden çıkarmalar ³	%-1,9	%-1,1
Organik	%16,8	%13,7
Fiyata göre	%15,8	%13,2
Hacme göre	%1,0	%0,5

¹ Her bir rakam ticari olarak yuvarlanmıştır. Eklemeler belirtilen toplamlarda sapmalara sebebiyet verebilir.

² UMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulamasının Türkiye için etkilerini içermektedir.

³ Rusya ve Belarus'taki, ticari faaliyetlerden -önceden duyurulmuş olan- çıkışın etkilerini içermektedir.

Bölgesel açıdan bakıldığında, Yapıştırıcı Teknolojileri **gelişmekte olan pazarlarda**, bir önceki yılın üçüncü çeyreğine göre çift haneli satış büyümesi sergiledi. Bu performans özellikle, Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri ile Otomotiv ve Metal iş alanlarının etkisiyle, tüm bölgelerdeki çift haneli artışlardan kaynaklandı.

Gelişmiş pazarlar da aynı şekilde tüm bölgelerde çift haneli organik satış büyümesi elde etti. Kuzey Amerika ve Batı Avrupa bölgelerinde, Otomotiv ve Metal iş alanı en güçlü büyümeyi kaydetti. Asya-Pasifik bölgesinin gelişmiş pazarlarında çift haneli büyüme ise özellikle, Elektronik ve Endüstriyel Ürünler ile Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri iş alanları tarafından sağlandı..

Beauty Care Satış Performansı

2022'nin üçüncü çeyreğinde Beauty Care İş Birimi'nde satışlar **nominal** olarak yüzde +8,4 oranında artarak 1,013 milyar Euro'ya yükseldi. **Organik** olarak (döviz kurları ile satın alma ve elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) satışlar, bir önceki yılın seviyesine göre yüzde +0,9 arttı. Hacimler azalırken, iş birimi çift haneli fiyat artışları kaydetti. Döviz kurlarının etkileri satışları yüzde +5,9 oranında yükseltirken, satın alma ve elden çıkarmalar ise satışları ek olarak yüzde +1,6 oranında artırdı.

2022'nin ilk dokuz ayında Beauty Care İş Birimi'nde **satışlar, nominal** olarak bir yıllık dönemde yüzde +2,9 oranında artarak, 2,855 milyar Euro'ya ulaştı. **Organik** olarak, satışlar fiyatların etkisiyle yüzde +0,6 oranında arttı.

Beauty Care satış performansı¹

Milyon Euro	Q3/2022	1-9/2022
Satışlar	1.013	2.855
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%17	%17
Geçen yıla kıyasla değişim	%8,4	%2,9
Döviz kurları ²	%5,9	%3,6
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%2,5	%-0,7
Satın alma/elden çıkarmalar ³	%1,6	%-1,3
Organik	%0,9	%0,6
Fiyata göre	%11,7	%8,0
Hacme göre	%-10,8	%-7,5

¹ Her bir rakam ticari olarak yuvarlanmıştır. Eklemeler belirtilen toplamlarda sapmalara sebebiyet verebilir.

² UMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulamasının Türkiye için etkilerini içermektedir.

³ Rusya ve Belarus'taki, ticari faaliyetlerden -önceden duyurulmuş olan- çıkışın etkilerini içermektedir.

Tüketici iş alanında **2022'nin üçüncü çeyreğinde** pozitif organik satış büyümesi - açıklanan portföy tedbirleri ve talep esnekliğinin uygulanması nedeniyle azalan hacimleri fazlasıyla telafi eden çift haneli fiyat artışlarının etkisiyle- kaydedildi. Genel olarak, Saç Kozmetikleri kategorisi, tüm işlerin katkıda bulunduğu çok güçlü organik satış büyümesi sağladı. Saç Şekillendirme bölümü, çift haneli organik satış büyümesi sağladı ve böylece pandemiye bağlı düşüşün ardından son çeyreklerdeki toparlanmayı devam ettirdi. Organik satış performansı, özellikle gelişmekte olan pazarların etkisiyle, hem Saç Boyaları hem de Saç Bakımı'nda güçlüydü. Vücut Bakımı kategorisindeki satış performansı, açıklanan portföy optimizasyon tedbirleri nedeniyle bir yıllık dönemde düşüş gösterdi.

Profesyonel iş alanı, üçüncü çeyrekte yılın ilk yarısındaki güçlü performansını daha da geliştirmeyi başardı ve özellikle gelişmekte olan pazarlardaki çift haneli artışın etkisiyle iyi bir organik satış büyümesi gösterdi.

Üçüncü çeyrekte, **gelişmekte olan pazarlardaki** satış büyümesi kayda değerdi. Afrika/Orta Doğu bölgesi hariç tüm bölgeler bu performansa katkıda bulundu. Asya (Japonya hariç), Latin Amerika ve Doğu Avrupa bölgelerinin her biri çift haneli organik satış büyümesi gösterdi.

Gelişmiş pazarlarda organik satış performansı, özellikle Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'daki düşüş nedeniyle bir yıllık dönemde azalma gösterdi. Buna karşılık, Asya-Pasifik bölgesinin gelişmiş pazarları önemli bir satış büyümesi kaydetti.

Çamaşır ve Ev Bakım Satış Performansı

2022'nin üçüncü çeyreğinde, Çamaşır ve Ev Bakım İş Birimi'nde **satışlar** bir önceki yılın aynı çeyreğine göre **nominal** olarak yüzde +13,2 oranında artarak, 1,902 milyar Euro seviyesinde gerçekleşti. İş birimi **organik** olarak (döviz kurları ile satın alma ve elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) ise satışlarda yüzde +7,3 oranında önemli bir artış ortaya koydu. Bu performans esas olarak fiyatlardaki çift haneli yüzde artıştan kaynaklanırken, hacimler azaldı. Döviz kurlarının etkileri satışları yüzde +5,5 oranında artırdı. Satın alma ve elden çıkarmalar, satışlar üzerinde yüzde +0,4 oranında olumlu bir etki yarattı.

2022'nin ilk dokuz ayında, Çamaşır ve Ev Bakım İş Birimi'nde **satışlar nominal** olarak yüzde +8,9 oranında artarak 5,396 milyar Euro'ya yükseldi. **Organik** olarak, fiyatların etkisiyle satışlarda yüzde +7,4 oranında önemli bir artış elde edildi.

Çamaşır ve Ev Bakım Satış Performansı¹

Milyon Euro	Q3/2022	1-9/2022
Satışlar	1.902	5.396
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%32	%32
Geçen yıla kıyasla değişim	%13,2	%8,9
Döviz kurları ²	%5,5	%2,4
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%7,7	%6,5
Satın alma/ elden çıkarmalar ³	%0,4	%-0,9
Organik	%7,3	%7,4
Fiyata göre	%14,8	%11,4
Hacme göre	%-7,5	%-4,0

¹ Her bir rakam ticari olarak yuvarlanmıştır. Eklemeler belirtilen toplamlarda sapmalara sebebiyet verebilir.

² UMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama) uygulamasının Türkiye için etkilerini içermektedir.

³ Rusya ve Belarus'taki, ticari faaliyetlerden -önceden duyurulmuş olan- çıkışın etkilerini içermektedir.

Çamaşır Bakım iş alanı, **2022'nin üçüncü çeyreğinde**, performans deterjanları ve özel deterjanlar kategorilerindeki çift haneli artışın etkisiyle çift haneli organik satış büyümesi sağladı. Henkel'in öncül markalarından 'Persil, all ve Perwoll'un her biri çift haneli yüzde aralığında büyüme sağladı.

Ev Bakım iş alanında ise organik satış performansı, bulaşık yıkama ürünlerimizin marka aileleri Pril ve Somat ile devam eden güçlü performansı sayesinde, üçüncü çeyrekte genel olarak sabitti. Buna karşılık, sert yüzey temizleyicileri ve tuvalet temizleyicileri kategorilerinde satış performansı, Covid-19 salgınından kaynaklı bir önceki yılın aynı dönemindeki artışın ardından, hijyen ürünlerine olan talebin normale dönmesi nedeniyle negatif yönde seyretti.

Gelişmekte olan pazarlarda, üçüncü çeyrekte çift haneli organik satış büyümesi elde edildi. Doğu Avrupa, Afrika/Orta Doğu ve Latin Amerika bölgelerinin her biri bu performansla çift haneli organik büyümeyle katkıda bulundu.

Gelişmiş pazarlar, üçüncü çeyrekte genel olarak iyi bir organik satış büyümesi gösterdi. Organik satış gelişimi, Kuzey Amerika bölgesinde iyi, Batı Avrupa'da ise sabitti. Asya-Pasifik bölgesinin gelişmiş pazarlarındaki satış büyümesi ise kayda değerdi.

Grup'un Net Varlıkları ve Mali Durumu

30 Haziran 2022 ile kıyaslandığında, incelenen dönemde Grup'a ait net varlıklarda ya da mali durumda kayda değer bir değişiklik gerçekleşmemiştir.

Henkel Grup için Öngörü

Henkel Yönetim Kurulu, 2022'nin ilk dokuz ayında gerçekleşen iş gelişimi ve mali yılın geri kalanına yönelik ilerlemeye ilişkin varsayımlara dayanarak, 2022 mali yılı için hedefini güncellemeye karar verdi.

Henkel, 2022 mali yılında **Grup düzeyinde organik satış büyümesinin** yüzde +7,0 ile +8,0 arasında olacağını öngörüyor (daha önceki öngörü: yüzde +5,5 ile +7,5 arasında).

Henkel, **Yapıştırıcı Teknolojileri** İş Birimi için organik satış büyümesinin yüzde +11,0 ile +12,0 arasında (daha önceki öngörü: yüzde +10,0 ile +12,0 arasında) gerçekleşeceğini öngörüyor. **Beauty Care** İş Birimi için, büyük oranda halihazırda ilan edilen ve uygulamaya konan portföy tedbirleri sebebiyle, organik satışlarda yüzde -1,0 ile 0,0 arasında (daha önceki öngörü: yüzde -3,0 ile -1,0 arasında) bir değişim bekleniyor. Henkel, **Çamaşır ve Ev Bakım** İş Birimi için organik satışlarda yüzde +5,5 ile +6,5 arasında (daha önceki öngörü: yüzde +4,0 ile +6,0 arasında) büyüme bekliyor.

Henkel Grup için yüzde 10,0 ile 11,0 aralığında **düzeltilmiş satış kazancı (VFÖK marjı)** elde edileceği öngörülüyor (daha önceki öngörü: yüzde 9,0 ile 11,0 arasında). **Yapıştırıcı Teknolojileri** İş Birimi'nde düzeltilmiş satış kazancının yüzde 13,5 ile 14,5 (daha önceki öngörü: yüzde 13,0 ile 15,0 arasında), **Beauty Care** için yüzde 7,5 ile 8,5 (daha önceki öngörü: yüzde 5,0 ile 7,0 arasında) ve **Çamaşır ve Ev Bakım** için ise yüzde 8,0 ile 9,0 (daha önceki öngörü: yüzde 7,0 ile 9,0 arasında) arasında olacağı öngörülüyor.

Sabit kur ile **imtiyazlı hisse senedi başına karlılık (EPS)** için Henkel, yüzde -25 ile -15 arasında bir düşüş bekliyor (daha önceki öngörü: yüzde -35 ile -15 arasında).

Bunun yanı sıra Henkel'in 2022 için beklentileri şunlardır:

- 450 ile 500 milyon Euro arasında yeniden yapılandırma giderleri (değişiklik yok).
- Mülk, fabrika ve ekipman ile maddi olmayan varlıklar alanında yapılacak yatırımlardan kaynaklanan nakit çıkışlarını, 650 milyon Euro civarında (daha önceki öngörü: 700 milyon Euro civarında) gerçekleştirmek.

Bu yeni öngörü, salgınla bağlantılı olarak sanayi ve perakende alanında yeni iş ve üretim kapanışları olmayacağı ve Ukrayna'daki savaşın etkilerinin önemli ölçüde kötüleşmeyeceği varsayımına dayanmaya devam etmektedir. Buna ek olarak, Henkel'in öngörüsü aynı zamanda, Avrupa'daki doğalgaz sıkıntısı nedeniyle endüstride üretim kesintisi olmayacağı varsayımına dayanmaktadır.

Henkel Hakkında

Henkel, global olarak dengeli ve çeşitlilik gösteren bir portföyle faaliyet göstermektedir. Güçlü markalar, inovasyonlar ve teknolojiler sayesinde şirket; üç iş birimiyle hem endüstriyel hem de tüketici iş birimlerinde lider konumlara sahiptir. Henkel Yapıştırıcı Teknolojileri, yapıştırıcı piyasasında global bir liderdir. Henkel'in Çamaşır & Ev Bakım ile Beauty Care İş Birimlerinde, dünya genelinde pek çok piyasa ve kategoride liderliği bulunmaktadır. 1876 yılında kurulan Henkel, 140 yılı aşkın süredir başarısını sürdürmektedir. 2021 mali yılında Henkel, 20 milyar Euro'nun üzerinde satış ve yaklaşık 2,7 milyar Euro düzeltilmiş faaliyet kârı bildirmiştir. Henkel dünya çapında güçlü bir şirket kültürü ile bir araya gelmiş, tutkulu ve çeşitliliği kapsayan, sürdürülebilir değer yaratmak için çalışan ve ortak değerlerde birleşen 52.000'den fazla kişiyi istihdam etmektedir. Sürdürülebilirlik konusunda tanınmış bir lider olarak Henkel, birçok uluslararası endeks ve sıralamada en üst sıralarda yer almaktadır. Henkel'in imtiyazlı hisse senetleri, Almanya DAX borsa endeksine kayıtlıdır. Daha fazla bilgi için lütfen www.henkel.com'u ziyaret ediniz.