7 maart 2023

Algemeen robuuste bedrijfsresultaten in uitdagende marktomgeving

**Henkel realiseert aanzienlijke omzetstijging in 2022 - klaar voor verdere groei in boekjaar 2023**

* **Jaarresultaten 2022:**
  + **De groepsomzet: 22,4 miljard euro, organische groei\* van 8,8 procent**
  + **Bedrijfsresultaat (EBIT)\*\*: 2,3 miljard euro, -13,7 procent**
  + **EBIT-marge\*\*: 10,4 procent, -3,0 procentpunten**
  + **Winst per preferent aandeel (EPS)\*\*: 3,90 euro, -17,8 procent bij constante wisselkoersen**
* **Voorgesteld dividend op het niveau van vorig jaar: 1,85 euro per preferent aandeel**
* **Goede vooruitgang bij de implementatie van de agenda voor Doelgerichte Groei**
* **Nieuwe business unit Consumer Brands operationeel**
* **Vooruitgang in duurzaamheid op belangrijke gebieden**
* **Vooruitzichten voor boekjaar 2023: verdere groei verwacht**
* **Organische omzetgroei: 1,0 tot 3,0 procent**
* **EBIT-marge\*: 10,0 tot 12,0 procent**
* **Winst per preferent aandeel (EPS)\*\*: tussen -10,0 en +10,0 procent (bij constante wisselkoersen)**

**Düsseldorf - "In 2022 hebben we in een zeer uitdagend jaar een aanzienlijke omzetgroei en een robuuste winstontwikkeling gerealiseerd - en hebben we belangrijke strategische maatregelen doorgevoerd. We zijn erin geslaagd de dramatische stijging van de grondstof- en logistieke kosten deels te compenseren door hogere prijzen en voortdurende verbeteringen op het vlak van efficiëntie. Dit vertaalt zich naar onze omzet, die een nieuw record van ongeveer 22,4 miljard euro bereikte, en een bedrijfsresultaat van 2,3 miljard euro.**

**Op basis hiervan stellen wij onze aandeelhouders een stabiele dividend voor op het niveau van vorig jaar. Door onze consumentenactiviteiten samen te voegen in de Consumer Brands business unit hebben we ook met succes één van de grootste transformaties van ons bedrijf in de afgelopen decennia gelanceerd", aldus Carsten Knobel, CEO van Henkel.**

**"Dankzij de grote inzet van ons wereldwijde team, onze sterke cultuur en met een duidelijke groeistrategie voor de lange termijn hebben we de uitdagingen van het afgelopen boekjaar over het algemeen goed doorstaan. Ik zie ons goed uitgerust om Henkel door deze moeilijke tijden te loodsen en onze ambitieuze doelstellingen te verwezenlijken. Wij zijn klaar voor verdere groei in het huidige boekjaar - aangedreven door onze twee business units Adhesive Technologies en Consumer Brands."**

**Groepsomzet en winst in boekjaar 2022**

De **omzet** **van de Henkel Group** bedroeg 22.397 miljoen euro in het boekjaar 2022. Dit komt overeen met een nominale groei van 11,6 procent en met een aanzienlijke **organische omzetgroei** van 8,8 procent, aangedreven door prijsverhogingen in alle business units. Het effect van acquisities en desinvesteringen op de omzet was met -1,1 procent licht negatief. Wisselkoerseffecten hadden een positief effect van 3,9 procent op de omzet.

De business unit **Adhesive Technologies** realiseerde een dubbelcijferige organische omzetgroei van 13,2 procent, waaraan alle divisies bijdroegen. De autonome omzetontwikkeling in de business unit **Beauty Care** was met -0,5 procent licht negatief. Terwijl het aanhoudende herstel in de Hair Professional business een positief effect had, werden de consumentenactiviteiten van Beauty Care met name beïnvloed door de implementatie van de aangekondigde portfoliomaatregelen. De business unit **Laundry & Home Care** realiseerde een zeer sterke autonome omzetgroei van 6,3 procent, vooral dankzij een aanzienlijke groei in de divisie Laundry Care.

De **opkomende markten** realiseerden een dubbelcijferige organische omzetgroei van 13,3 procent. De activiteiten in de **mature markten** tekenden een sterke organische omzetgroei op van 5,2 procent.

Het **aangepaste bedrijfsresultaat (aangepaste EBIT)** bereikte 2.319 miljoen euro, tegenover 2.686 miljoen euro in het boekjaar 2021 (-13,7 procent). De impact van aanzienlijk hogere prijzen voor grondstoffen en logistiek woog op de winstgevendheid van de Groep en kon niet volledig worden gecompenseerd door positieve prijsontwikkelingen en voortdurende maatregelen om de kosten te verlagen en de efficiëntie in de productie en supply chain te verhogen.

Met 10,4 procent lag het **aangepaste rendement op omzet (aangepaste EBIT-marge)** in het boekjaar onder het niveau van het voorgaande jaar (2021: 13,4 procent).

De **aangepaste winst per preferent aandeel** daalde met -14,5 procent tot 3,90 euro (vorig jaar: 4,56 euro). Bij constante wisselkoersen komt dit overeen met een ontwikkeling van -17,8 procent.

Het **netto werkkapitaal** als percentage van de omzet steeg tot 4,5 procent, een stijging van 2,3 procentpunten ten opzichte van het voorgaande jaar. Deze stijging van het netto werkkapitaal is vooral toe te schrijven aan aanzienlijk hogere prijzen voor directe materialen.

De **vrije kasstroom** bedroeg 653 miljoen euro, een aanzienlijke daling ten opzichte van het voorgaande jaar (2021: 1.478 miljoen euro). Dit was het gevolg van het hogere netto werkkapitaal en van de lagere kasstroom uit bedrijfsactiviteiten als gevolg van het lagere bedrijfsresultaat.

De **netto financiële positie** bedroeg -1.267 miljoen euro (31 december 2021: -292 miljoen euro). Dit weerspiegelt ook de uitgaven in verband met het in februari 2022 gestarte aandeleninkoopprogramma en de dividenduitkering in het tweede kwartaal.

De Raad van Bestuur, de Raad van Commissarissen en de Aandeelhouderscommissie zullen de Algemene Vergadering op 24 april 2023 een stabiel dividend voorstellen ten opzichte van het voorgaande jaar van 1,85 euro per preferent aandeel en 1,83 euro per gewoon aandeel. Dit komt neer op een pay-out ratio van 46,6 procent, wat boven de streefmarge van 30 tot 40 procent ligt en de ongewone druk op de winst weerspiegelt die met name wordt veroorzaakt door de aanzienlijk hogere grondstoffenprijzen en logistieke kosten. Deze uitbetaling is mogelijk dankzij de sterke financiële basis en de lage netto schuld van de Henkel Groep. Zo kan Henkel de continuïteit van het dividend voor zijn aandeelhouders handhaven.

**Prestaties per business unit in boekjaar 2022**

In het boekjaar 2022 steeg de **omzet** van de business unit **Adhesive Technologies** nominaal met 16,6 procent tot 11.242 miljoen euro. **Organisch** groeide de omzet met 13,2 procent. Deze omzetgroei werd gedreven door een dubbelcijferige prijsontwikkeling. Het **aangepaste bedrijfsresultaat** lag met iets lager dan het vorige boekjaar (2021: 1.561 miljoen euro). **Het aangepaste rendement op omzet** kwam uit op 13,6 procent, versus 16,2 procent in het voorgaande jaar. Dit was vooral te wijten aan een dalende brutomarge die negatief werd beïnvloed door de aanzienlijke prijsstijging voor directe materialen.

In de business unit **Beauty Care** daalde de **omzet** in het boekjaar 2022 nominaal met -2,6 procent tot 3.775 miljoen euro. **Autonoom** daalde de omzet licht met -0,5 procent. Dit was het gevolg van verschillende ontwikkelingen. Terwijl de Hair Professional business een zeer sterke omzetgroei realiseerde, lag de consumentenbusiness autonoom onder het niveau van vorig jaar, met name door de uitvoering van de aangekondigde portfoliomaatregelen. Het **aangepaste bedrijfsresultaat** kwam uit op 269 miljoen euro (vorig jaar: 351 miljoen euro). Het **aangepaste rendement op omzet** daalde tot 7,8 procent (vorig jaar: 9,5 procent). Naast de daling van de brutomarge was dit deels te wijten aan een lichte stijging van de investeringen in marketing en reclame.

De **omzet** van de business unit **Laundry & Home Care** steeg in het boekjaar 2022 nominaal met 8,3 procent tot 7.152 miljoen euro. **Autonoom** steeg de omzet met 6,3 procent. De omzetstijging was prijsgedreven, terwijl de volumes afnamen. Met 614 miljoen euro lag het **gecorrigeerde bedrijfsresultaat** onder het niveau van vorig jaar (904 miljoen euro). Het **gecorrigeerde rendement op omzet** daalde tot 8,6 procent, vooral door de daling van de brutomarge als gevolg van aanzienlijk hogere prijzen voor grondstoffen en logistiek en een stijging van de marketing- en reclamekosten.

**Vooruitzichten 2023**

De wereldwijde economische groei zal naar verwachting blijven afzwakken in 2023. Volgens de huidige inschattingen zal het globale economische klimaat in het boekjaar 2023 inflatoir blijven als gevolg van de verwachte stijging van de arbeidskosten en de aanhoudend hoge energie- en grondstofkosten. In deze context wordt verwacht dat de gemiddelde prijzen voor directe materialen met een laag tot middelhoog percentage zullen stijgen ten opzichte van het jaargemiddelde van 2022. Bovendien zal de rente waarschijnlijk aanzienlijk hoger blijven dan in voorgaande jaren. Daarom wordt er van uitgegaan dat de industriële vraag gematigder zal zijn dan in het voorgaande jaar en dat de groei van de consumentenvraag in belangrijke gebieden van Henkels consumentenactiviteiten zal vertragen. Bovendien wordt verwacht dat de activiteiten in Rusland tegen het einde van het eerste kwartaal van 2023 zullen worden afgestoten.

Rekening houdend met deze factoren verwacht Henkel een **organische omzetgroei** tussen 1,0 en 3,0 procent in het boekjaar 2023, waarbij beide business units binnen deze marge worden verwacht. Een **aangepast rendement op omzet (aangepaste EBIT-marge)** wordt verwacht tussen 10,0 en 12,0 procent. Het aangepaste rendement op omzet zal naar verwachting tussen 13,0 en 15,0 procent liggen voor Adhesive Technologies en tussen 7,5 en 9,5 procent voor Consumer Brands. Voor de **aangepaste winst per preferent aandeel (EPS)** tegen constante wisselkoersen verwacht Henkel een ontwikkeling tussen -10,0 en +10,0 procent.

**Agenda voor Doelgerichte Groei: succesvol uitgevoerd**

Ondanks de moeilijke macro-economische en geopolitieke omgeving bleef Henkel zijn strategie in 2022 consequent uitvoeren. Het bedrijf ontwikkelde zijn bedrijfs- en merkenportfolio verder, versterkte zijn concurrentievoordeel op het vlak van innovatie, duurzaamheid en digitalisering, optimaliseerde zijn bedrijfsmodellen en bevorderde zijn bedrijfscultuur. Een belangrijke strategische focus in 2022 was de fusie van de business units Laundry & Home Care en Beauty Care tot de geïntegreerde unit Consumer Brands.

**Nieuwe business unit Consumer Brands succesvol opgericht**

Eind januari 2022 kondigde Henkel een van de grootste transformaties van het bedrijf in de afgelopen decennia aan: de fusie van zijn twee consumentenactiviteiten tot één geïntegreerde business unit, genaamd Consumer Brands. De nieuwe business unit, die sinds begin 2023 met succes is opgericht, brengt alle consumentenmerken in alle categorieën samen onder één dak, inclusief iconische merken zoals Persil of Schwarzkopf en de Hair Professional business. Daarmee creëert Henkel een multicategorieplatform voor toekomstige groei van ongeveer 11 miljard euro omzet in 2022.

Met de fusie wil Henkel de winstgevendheid in de consumentenbusiness en dus in het hele concern verhogen en een extra groeidynamiek genereren. Daartoe zal de portefeuille rond de wereldwijde categorieën Laundry & Home Care en Hair worden toegespitst op strategische activiteiten en merken met een aantrekkelijk groei- en margepotentieel. Tijdens de integratie worden aanzienlijke synergiën verwacht, waarvan een deel zal worden gebruikt voor gerichte investeringen in strategische prioriteiten zoals innovatie, duurzaamheid en digitalisering, en om het marge- en groeiprofiel van de business unit te versterken.

Op middellange termijn streeft Henkel naar bruto besparingen (vóór herinvesteringen) van ongeveer 500 miljoen euro. Het synergiepotentieel komt voort uit aangepaste verkoop- en administratieve structuren, meer gerichte reclame en marketing, en een geoptimaliseerde toeleveringsketen. De uitvoering zal in twee fasen plaatsvinden: In de eerste fase zullen de maatregelen die tegen eind 2023 worden uitgevoerd, resulteren in netto besparingen van ongeveer 250 miljoen euro op jaarbasis - met volledige impact op de winst vanaf 2024. De eerste netto besparingen van ongeveer 60 miljoen euro werden al in 2022 gerealiseerd.

Het bedrijf boekte ook sterke vooruitgang bij de transformatie van zijn consumentenportefeuille: hier had Henkel aangekondigd tot 1 miljard euro omzet te herzien. In 2022 is al ongeveer 400 miljoen euro succesvol uitgevoerd - ongeveer 200 miljoen euro daarvan heeft betrekking op maatregelen voor portefeuille-optimalisering, de overige 200 miljoen euro is toe te schrijven aan desinvesteringen. Het resultaat is een fundamentele portfoliotransformatie met de wereldwijde terugtrekking uit de categorieën Oral en Skin Care en uit selectieve markten voor Body Care. In de toekomst zal Henkel zijn portefeuille blijven herzien en de complexiteit verder verminderen.

De tweede fase van de implementatie zal gericht zijn op supply chain excellence. Daartoe wil Henkel zijn eigen productiestructuur efficiënter maken en het netwerk van contractfabrikanten en zijn inkoopkosten optimaliseren. Overeenkomstig het "één gezicht naar de klant"-principe wil de onderneming ook de commerciële integratie stimuleren met geoptimaliseerde logistieke mogelijkheden. De tweede fase van de integratie is momenteel van start gegaan en de maatregelen zijn naar verwachting tegen eind 2025 grotendeels geïmplementeerd. Met deze maatregelen verwacht Henkel extra jaarlijkse netto-besparingen van ongeveer 150 miljoen euro, die vanaf 2026 volledig zullen zijn gerealiseerd. Tegelijkertijd gaat de tweede fase gepaard met eenmalige kosten van ongeveer 250 miljoen euro en kapitaaluitgaven. De desbetreffende onderdelen voor 2023 zijn opgenomen in de vooruitzichten voor dit boekjaar.

**Agenda voor Doelgerichte Groei: consistente vooruitgang voor alle strategische pijlers** In het kader van zijn **actief portefeuillebeheer** heeft Henkel, bovenop het stopzetten of afstoten van activiteiten, zijn portefeuille verder ontwikkeld door middel van **overnames**. Het bedrijf heeft de kapsalonactiviteiten van Shiseido in de regio Azië-Pacifi overgenomen en zo zijn positie op deze aantrekkelijke markt versterkt met zijn premium haarverzorgings-, kleurings- en stylingproducten. In de business unit Adhesive Technologies breidde Henkel zijn expertise in innovatieve oppervlaktetechnologieën en oplossingen voor thermisch beheer uit met twee technologische overnames.

In 2022 bracht Henkel opnieuw talrijke **innovaties** op de markt die inspelen op belangrijke trends en waarde creëren voor klanten en consumenten. In Adhesive Technologies werd een nieuwe geleidende coatingoplossing geïntroduceerd voor de snelgroeiende markt van batterijen voor elektrische voertuigen. De technologie verbetert de prestaties van de batterij door de geleidbaarheid in de batterijcel tot 30% te verhogen en maakt ook een vermindering met meer dan 20% van het totale energieverbruik in het productieproces mogelijk. In de business unit Beauty Care lanceerde Henkel bijvoorbeeld Colour Alchemy, een haarkleurinnovatie voor unieke kleureffecten op basis van zijn toonaangevende expertise in haartechnologie. En in Laundry & Home Care werden innovatieve reinigingsgels voor vaatwasmachines gelanceerd onder het merk Somat.

Daarnaast heeft Henkel **duurzaamheid** verder verankerd in de activiteiten. Vorig jaar introduceerde Henkel zijn "2030+ Sustainability Ambition Framework" met nieuwe ambities en doelstellingen. In 2022 verhoogde Henkel het aandeel elektriciteit uit hernieuwbare bronnen tot 70 procent, wat het bedrijf dichter bij zijn ambitie brengt om in 2030 klimaatpositief te opereren. Henkel heeft ook de duurzaamheid van zijn productportfolio versterkt, bijvoorbeeld door meer hernieuwbare en gerecyclede grondstoffen te gebruiken. Via een partnerschap met BASF wil Henkel tot 110.000 kubieke ton chemische grondstoffen voor in Europa geproduceerde consumentenproducten vervangen door hernieuwbare grondstoffen als onderdeel van een biomassabalansproces. Daarnaast heeft Henkel nog een obligatie uitgegeven met een omvang van 650 miljoen euro, die gekoppeld is aan het behalen van specifieke duurzaamheidsdoelstellingen.

Henkel boekte ook vooruitgang in de **digitalisering** en verhoogde het aandeel van de digitale verkoop in de groepsomzet tot meer dan 20 procent. Bovendien werden de structuren verder geoptimaliseerd in de digitale eenheid, Henkel dx, en werden nieuwe zakelijke mogelijkheden gecreëerd, waarbij het digitale bedrijfsplatform RAQN een belangrijke bijdrage leverde.

Wat betreft **toekomstgerichte operationele bedrijfsmodellen** lag de focus in 2022 op het samenvoegen van de business units Laundry & Home Care en Beauty Care.

Daarnaast werd de **bedrijfscultuur** verder versterkt - op basis van de bedrijfsdoelstelling "Pioniers in hart en nieren voor het welzijn van de generaties" en Henkels gevestigde "Leadership Commitments". In dit verband bleef Henkel nieuwe opleidings- en ontwikkelingsprogramma's implementeren, evenals het alomvattende Smart Work-concept, dat een wereldwijd kader biedt voor mobiel werken, de inrichting van de werkomgeving en gezondheidsinitiatieven voor werknemers.

"We zijn er diep van overtuigd dat we met Consumer Brands de basis hebben gelegd voor verdere winstgevende groei van onze consumentenactiviteiten en ons hele bedrijf. Bij Adhesive Technologies richten we ons systematisch op de megatrends duurzaamheid, mobiliteit en connectiviteit, en we willen de wereldwijde leidende marktpositie van dit bedrijfsonderdeel benutten om de groei en winstgevendheid ervan in de komende jaren verder te vergroten. Wij zijn dus goed gepositioneerd. We hebben de juiste strategie en een sterk team. Ik ben vol vertrouwen dat we onze ambitieuze doelstellingen zullen bereiken en onze strategische agenda voor Doelgerichte Groei met succes zullen uitvoeren," vatte Carsten Knobel samen.

*DIT DOCUMENT IS EEN VERTALING VAN DE ORIGINELE, ENGELSE VERSIE.*

Over Henkel

Henkel is wereldwijd actief met een evenwichtige en gediversifieerde portefeuille. Dankzij sterke merken, innovaties en technologieën bekleedt het bedrijf met zijn drie business units een leiderspositie in zowel de industriële als de consumentensector. Henkel Adhesive Technologies is de wereldleider op de kleefstoffenmarkt. In haar divisies Laundry & Home Care en Beauty Care bekleedt Henkel wereldwijd leidende posities op tal van markten en categorieën. Henkel werd opgericht in 1876 en kijkt terug op meer dan 140 jaar succes. In het boekjaar 2021 rapporteerde Henkel een omzet van meer dan 20 miljard euro en een aangepaste bedrijfswinst van ongeveer 2,7 miljard euro. Henkel heeft wereldwijd meer dan 52.000 mensen in dienst - een gepassioneerd en zeer divers team, verenigd door een sterke bedrijfscultuur, een gemeenschappelijk doel om duurzame waarde te creëren, en gedeelde waarden. Als erkend leider op het vlak van duurzaamheid, bekleedt Henkel topposities in vele internationale indexen en rangschikkingen. De preferente aandelen van Henkel staan genoteerd in de Duitse aandelenindex

DAX. Voor meer informatie kunt u terecht op [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

Dit document bevat uitspraken die verwijzen naar toekomstige bedrijfsontwikkelingen, financiële prestaties en andere gebeurtenissen of ontwikkelingen die van belang zijn voor Henkel en die toekomstgerichte uitspraken kunnen vormen. Toekomstgerichte uitspraken worden gekenmerkt door het gebruik van woorden zoals verwachten, bedoelen, plannen, anticiperen, geloven, schatten, en soortgelijke termen. Dergelijke uitspraken zijn gebaseerd op huidige ramingen en veronderstellingen van het management van Henkel AG & Co. KGaA. Deze verklaringen mogen op geen enkele manier worden opgevat als een garantie dat deze verwachtingen accuraat zullen blijken te zijn. Toekomstige prestaties en resultaten die daadwerkelijk door Henkel AG & Co. KGaA en haar dochterondernemingen zijn afhankelijk van een aantal risico's en onzekerheden en kunnen daarom wezenlijk verschillen (zowel in positieve als in negatieve zin) van de toekomstgerichte verklaringen. Veel van deze factoren liggen buiten Henkels controle en kunnen niet op voorhand nauwkeurig worden ingeschat, zoals de toekomstige economische omgeving en de acties van concurrenten en anderen die betrokken zijn bij de markt. Henkel is niet van plan, en neemt ook niet de verplichting op zich, om toekomstgerichte uitspraken bij te werken.

Dit document bevat bijkomende financiële indicatoren die niet duidelijk gedefinieerd zijn in het toepasselijke financiële rapporteringskader en die alternatieve prestatiemaatstaven zijn of kunnen zijn. Deze aanvullende financiële indicatoren mogen niet afzonderlijk of als alternatief worden beschouwd voor de maatstaven van Henkels nettoactiva en financiële positie of bedrijfsresultaten zoals gepresenteerd in overeenstemming met het toepasselijke financiële rapporteringskader in zijn Geconsolideerde Jaarrekening. Andere ondernemingen die alternatieve prestatiemaatstaven met een gelijkaardige titel rapporteren of beschrijven, kunnen deze anders berekenen.

Dit document is uitsluitend opgesteld ter informatie en is niet bedoeld als beleggingsadvies, noch als een aanbod tot verkoop of een uitnodiging tot het doen van een aanbod tot aankoop van effecten.