

Sporočilo za javnost

7. marec 2023

Na splošno dobra poslovna uspešnost v zahtevnem tržnem okolju

Znatno povečanje prodaje družbe Henkel v letu 2022, ki je pripravljena na nadaljnjo rast v poslovnem letu 2023

- **Rezultati za celotno poslovno leto 2022:**
 - Prodaja na ravni celotne družbe: 22,4 milijarde evrov, organska rast* v višini 8,8 odstotka
 - Dobiček iz poslovanja (EBIT)**: 2,3 milijarde evrov, -13,7 odstotka
 - Marža iz poslovanja (EBIT)**: 10,4 odstotka, -3,0 odstotka
 - Dobiček na prednostno delnico (EPS)**: 3,90 evra, -17,8 odstotka pri stalnih menjalnih tečajih
- Predlagana dividenda na ravni lanskega leta: 1,85 evra na prednostno delnico
- Dober napredek pri izvajanju načrta za namensko rast
- Vzpostavitev nove poslovne enote Consumer Brands
- Spodbujanje trajnosti na ključnih področjih
- Napovedi za poslovno leto 2023: pričakovana nadaljnja rast
 - Organska rast prodaje: 1,0 do 3,0 odstotka
 - Marža EBIT**: 10,0 do 12,0 odstotka
 - Dobiček na prednostno delnico (EPS)**: med -10,0 in +10,0 odstotka (pri stalnih menjalnih tečajih)

Düsseldorf: »V zelo zahtevnem letu 2022 smo dosegli znatno rast prodaje in dobre rezultate poslovanja ter uvedli pomembne strateške ukrepe. Z višjimi cenami in nadaljnjimi izboljšavami učinkovitosti smo uspeli delno izravnati izjemno visoko rast stroškov surovin ter logistike. To se odraža v naši prodaji, ki je dosegla novo najvišjo vrednost v višini približno 22,4 milijarde evrov, in dobičku iz poslovanja v višini 2,3 milijarde evrov. Na podlagi tega delničarjem predlagamo stabilno dividendo na ravni iz

LOCTITE **TECHNOMELT** **BONDERITE**  **Schwarzkopf**  **Dial** **SYOSS** **Persil**  **all** **Bref**

*Brez organskega razvoja prodaje v Rusiji od začetka drugega četrtletja 2022 zaradi napovedane opustitve poslovnih dejavnosti v tej državi in brez učinkov uporabe MRS 29 za Turčijo.

**Prilagojeno za enkratne stroške in prihodke ter za prestrukturiranje.

prejšnjega leta. Z združitvijo naših potrošniških dejavnosti v poslovno enoto **Consumer Brands** smo uspešno začeli tudi eno največjih preoblikovanj našega podjetja v zadnjih desetletjih,« je povedal Carsten Knobel, predsednik upravnega odbora družbe Henkel.

Prodaja in dobiček na ravni celotne družbe v poslovnem letu 2022

Prodaja na ravni celotne družbe Henkel je v poslovnem letu 2022 dosegla 22,397 milijarde evrov. To ustreza nominalni rasti v višini 11,6 odstotka in znatni **organski rasti prodaje** v višini 8,8 odstotka, kar je posledica povišanja cen v vseh poslovnih enotah. Vpliv prevzemov in odprodaj na prodajo je bil rahlo negativen pri -1,1 odstotka. Menjalni tečaji so imeli pozitiven vpliv na prodajo v višini -3,9 odstotka.

Na **nastajajočih trgih** je bila dosežena dvomestna organska rast prodaje v višini 13,3 odstotka. Poslovne dejavnosti na **zrelih trgih** so dosegle visoko organsko rast prodaje v višini 5,2 odstotka. **Prilagojeni dobiček iz poslovanja (prilagojeni EBIT)** je dosegel 2,319 milijarde evrov v primerjavi z 2,686 milijarde evrov v poslovnem letu 2021 (-13,7 odstotka). Vpliv znatno višjih cen surovin in logistike je obremenil dobičkonosnost celotne družbe ter ga ni bilo mogoče v celoti izravnati s pozitivnim razvojem cen ter nadaljnimi ukrepi za zmanjšanje stroškov in povečanje učinkovitosti v proizvodnji ter dobavni verigi. **Prilagojena donosnost prodaje (prilagojena marža EBIT)** je bila v letu poročanja z 10,4 odstotka pod ravno iz prejšnjega leta (2021: 13,4 odstotka). **Prilagojeni dobiček na prednostno delnico** se je zmanjšal za -14,5 odstotka na 3,90 evra (prejšnje leto: 4,56 evra). Pri stalnih menjalnih tečajih to ustreza razvoju v višini -17,8 odstotka. **Neto delovni kapital** kot odstotek prodaje se je povečal na 4,5 odstotka, kar je za 2,3 odstotne točke več kot prejšnje leto. To povečanje neto delovnega kapitala je bilo predvsem posledica bistveno višjih cen neposrednih materialov. **Prosti denarni tok** je dosegel 653 milijonov evrov, kar je precej manj kot v prejšnjem letu (2021: 1,478 milijarde evrov). To je posledica višjega neto delovnega kapitala in nižjega denarnega toka iz poslovanja zaradi nižjega dobička iz poslovanja. **Neto finančni položaj** je znašal -1,267 milijarde evrov (31. decembra 2021: -292 milijonov evrov). To odraža tudi izdatke, povezane s programom odkupa delnic, ki se je začel februarja 2022, in izplačilom dividend v drugem četrletju.

Rezultati poslovnih enot v poslovnem letu 2022

V poslovnem letu 2022 se je **prodaja** poslovne enote **Lepila in tehnologije (Adhesive Technologies)** nominalno povečala za 16,6 odstotka in znaša 11,242 milijarde evrov. **Organsko** se je prodaja povečala za 13,2 odstotka. K tej rasti prodaje je prispeval dvomestni razvoj cen. **Prilagojeni dobiček iz poslovanja** je bil na letni ravni nekoliko nižji in je znašal 1,530 milijarde

evrov (2021: 1,561 milijarde evrov). **Prilagojena donosnost prodaje** je dosegla 13,6 odstotka v primerjavi s 16,2 odstotka v predhodnem letu. K temu je prispevalo predvsem zmanjšanje bruto marže, na katero je negativno vplivalo znatno zvišanje cen neposrednih materialov.

V poslovni enoti **Beauty Care** se je **prodaja** v poslovnem letu 2022 nominalno zmanjšala za – 2,6 odstotka na 3,775 milijarde evrov. **Organsko** se je prodaja rahlo zmanjšala, in sicer za –0,5 odstotka. To je posledica različnih razvojnih dogodkov. Segment za profesionalne frizerske salone je dosegel zelo močno rast prodaje, medtem ko je bil potrošniški segment organsko pod ravno predhodnega leta, zlasti zaradi izvajanja napovedanih ukrepov glede portfolia. **Prilagojeni dobiček iz poslovanja** je dosegel 269 milijonov evrov (prejšnje leto: 351 milijonov evrov). **Prilagojena donosnost prodaje** se je zmanjšala na 7,8 odstotka (prejšnje leto: 9,5 odstotka). Poleg zmanjšanja bruto marže je bilo to delno posledica rahlega povečanja naložb v trženje in oglaševanje.

Prodaja poslovne enote **Pralna sredstva in čistila (Laundry & Home Care)** se je v poslovnem letu 2022 nominalno povečala za 8,3 odstotka in dosegla 7,152 milijarde evrov. **Organsko** se je prodaja povečala za 6,3 odstotka. Na povečanje prodaje so vplivale cene, medtem ko se je obseg prodaje zmanjšal. **Prilagojeni dobiček iz poslovanja**, ki je znašal 614 milijonov evrov, je bil pod ravno iz prejšnjega leta (904 milijone evrov). **Prilagojena donosnost prodaje** se je zmanjšala na 8,6 odstotka, predvsem zaradi zmanjšanja bruto marže, ki je bila posledica bistveno višjih cen surovin in logistike ter povečanja stroškov trženja in oglaševanja.

Napovedi za poslovno leto 2023

Svetovna gospodarska rast se bo po pričakovanjih leta 2023 še naprej zmanjševala. Po sedanjih ocenah naj bi svetovno gospodarsko okolje v proračunskem letu 2023 ostalo inflacijsko zaradi predvidenega zvišanja stroškov dela ter še naprej visokih stroškov energentov in surovin. V tem smislu naj bi se povprečne cene neposrednih materialov v primerjavi z letnim povprečjem leta 2022 povečale za nizko do srednjo enomestno odstotno vrednost. Poleg tega bodo obrestne mere verjetno ostale precej višje kot v prejšnjih letih. Zato se predpostavlja, da bo industrijsko povpraševanje bolj umirjeno kot v prejšnjem letu in da se bo upočasnil zagon rasti povpraševanja potrošnikov na ključnih področjih poslovanja družbe Henkel s potrošniškim blagom. Poleg tega se pričakuje, da bodo poslovne dejavnosti v Rusiji odprodane do konca prvega četrtletja leta 2023.

Ob upoštevanju teh dejavnikov družba Henkel pričakuje, da bo v poslovnem letu 2023 dosegla **organsko rast prodaje** med 1,0 in 3,0 odstotka, pri čemer naj bi se obe poslovni enoti gibali v tem razponu. **Prilagojena donosnost prodaje (prilagojena marža EBIT)** se pričakuje v razponu od 10,0 do 12,0 odstotka. Prilagojena donosnost prodaje bo po pričakovanjih znašala med 13,0 in 15,0 odstotka za Lepila in tehnologije (Adhesive Technologies) ter med 7,5 in 9,5

odstotka za Consumer Brands. Pri **prilagojenem dobičku na prednostno delnico (EPS)** pri stalnih menjalnih tečajih družba Henkel pričakuje razvoj v razponu od –10,0 do +10,0 odstotka.

Uspešno vzpostavljena nova poslovna enota Consumer Brands

Konec januarja 2022 je Henkel napovedal eno največjih preoblikovanj podjetja v zadnjih desetletjih: združitev dveh potrošniških segmentov v eno integrirano poslovno enoto, imenovano Consumer Brands. Nova poslovna enota, ki je bila uspešno vzpostavljena v začetku leta 2023, pod eno streho združuje vse potrošniške blagovne znamke v vseh kategorijah, vključno s prepoznavnimi blagovnimi znamkami, kot sta Persil in Schwarzkopf, ter segmentom za profesionalne frizerske salone. S tem je Henkel ustvaril večkategorijsko platformo za prihodnjo rast v višini približno 11 milijard evrov prodaje v letu 2022.

Z združitvijo namerava Henkel povečati dobičkonosnost na področju potrošniškega blaga in s tem na ravni celotne družbe ter ustvariti dodaten zagon rasti. V ta namen bo portfolio okrog globalnih kategorij Pralna sredstva in čistila (Laundry and Home Care) ter Izdelkov za nego las osredotočen na strateške poslovne dejavnosti in blagovne znamke s privlačnim potencialom za rast ter maržo. Med integracijo se pričakujejo pomembne sinergije, od katerih bo del uporabljen za ciljno usmerjene naložbe v strateške prednostne naloge, kot so inovacije, trajnost in digitalizacija, ter za krepitev marže in profila rasti poslovne enote.

Dosleden napredek pri vseh strateških stebrih načrta za namensko rast

Leta 2022 je Henkel na trgu ponovno predstavil številne **inovacije**, v katere je vključil pomembne trende ter ustvaril vrednost za stranke in potrošnike. V poslovni enoti Lepila in tehnologije (Adhesive Technologies) je bil predstavljen nov prevodni premaz za hitro rastoči trg baterij za električna vozila. Tehnologija izboljša zmogljivost baterije s povečanjem prevodnosti znotraj baterijske celice do 30 odstotkov, omogoča pa tudi več kot 20-odstotno zmanjšanje skupne porabe energije v proizvodnem procesu. V poslovni enoti Beauty Care je Henkel na primer predstavil Colour Alchemy, inovacijo za barvanje las za edinstvene barvne učinke, ki temelji na vodilnem strokovnem znanju na področju tehnologije izdelkov za lase. V poslovni enoti Pralna sredstva in čistila (Laundry & Home Care) pa so bili pod blagovno znamko Somat predstavljeni inovativni čistilni geli za pomivalni stroj.

Poleg tega je Henkel še bolj utrdil **trajnostni značaj** poslovanja. Henkel je lani predstavil svoj »okvir trajnostnih ambicij 2030+« (2030+ *Sustainability Ambition Framework*) z novimi ambicijami in cilji. Leta 2022 je Henkel povečal delež električne energije iz obnovljivih virov na 70 odstotkov, s čimer se je podjetje približalo svojemu cilju podnebno pozitivnega poslovanja do leta 2030. Henkel je okrepil tudi trajnost svojega portfolia izdelkov, na primer z uporabo več

obnovljivih in recikliranih materialov. S pomočjo partnerstva z družbo BASF želi Henkel do 110.000 ton kemičnih surovin za potrošniške izdelke, proizvedene v Evropi, nadomestiti z obnovljivimi surovinami v okviru procesa uravnoteženja biomase. Poleg tega je Henkel izdal še eno obveznico v višini 650 milijonov evrov, ki je vezana na doseganje specifičnih trajnostnih ciljev.

Henkel je napredoval tudi na področju **digitalizacije** in povečal delež digitalne prodaje v okviru prodaje na ravni celotne družbe na več kot 20 odstotkov. Poleg tega so bile v digitalni enoti družbe, Henkel dx, dodatno optimizirane strukture in ustvarjene nove poslovne priložnosti, k čemur je pomembno prispevala digitalna poslovna platforma RAQN.

Poleg tega se je dodatno okrepila **kultura podjetja**, ki temelji na korporativnem namenu »Pionirji po srcu za dobrobit generacij« in Henkelovih uveljavljenih »vodstvenih zavezah«. V zvezi s tem je Henkel še naprej uvajal nove programe usposabljanja in razvoja ter celovit koncept Smart Work, ki zagotavlja globalni okvir za mobilno delo, oblikovanje delovnega okolja in zdravstvene pobude za zaposlene.

»Globoko smo prepričani, da smo s poslovno enoto Consumer Brands (Potrošniške tržne znamke) postavili temelje za nadaljnjo dobičkonosno rast naše potrošniške dejavnosti in celotne družbe. V poslovni enoti Adhesive Technologies (Lepila in tehnologije) se sistematično osredotočamo na množične trende glede trajnosti, mobilnosti in povezljivosti ter želimo izkoristiti vodilni svetovni tržni položaj te poslovne enote za nadaljnje povečanje njene rasti in dobičkonosnosti v prihodnjih letih. Tako lahko rečem, da smo v dobrem položaju. Imamo pravo strategijo in močno ekipo. Prepričan sem, da bomo dosegli naše ambiciozne cilje in uspešno izpolnili naš načrt namenske rasti,« je povzel Carsten Knobel.

Več o Henklu

Henkel s svojimi blagovnimi znamkami, inovacijami in tehnologijami zavzema vodilne položaje v industriji in maloprodaji po vsem svetu. Poslovna enota Lepila in Tehnologije (Adhesive Technologies) je vodilna na svetovnem trgu lepil, tesnil in funkcionalnih premazov. S poslovno enoto Consumer Brands družba ohranja vodilne položaje, zlasti na področju nege las ter pralnih sredstev in čistil, na številnih trgih in v različnih kategorijah po vsem svetu. Tri najmočnejše blagovne znamke podjetja so Loctite, Persil in Schwarzkopf. V poslovnem letu 2022 je Henkel zabeležil prodajo v višini več kot 22 milijard evrov in prilagojeni dobiček iz poslovanja v višini približno 2,3 milijarde evrov. Prednostne delnice družbe Henkel kotirajo na nemškem borznem indeksu DAX. Trajnostni razvoj ima v družbi Henkel dolgo tradicijo, podjetje pa ima jasno trajnostno strategijo s konkretnimi cilji. Henkel je bil ustanovljen leta 1876 in danes po svetu zaposluje več kot 50.000 ljudi, ki jih združujejo močna korporativna kultura, skupne vrednote in enoten namen: »Pionirji po srcu za dobrobit generacij.« Več informacij je na voljo na spletni strani www.henkel.com.

Ta dokument vsebuje izjave, ki se nanašajo na prihodnji poslovni razvoj, finančno uspešnost in druge dogodke ali razvoj, ki bodo v prihodnosti pomembni za družbo Henkel in lahko predstavljajo izjave, ki se nanašajo na prihodnost. Za izjave v zvezi s prihodnostjo je značilna uporaba besed, kot so pričakovati, nameravati, načrtovati, predvidevati, verjeti, ocenjevati in podobni

izrazi. Take izjave temeljijo na trenutnih ocenah in predpostavkah vodstva družbe Henkel AG & Co. KGaA. Teh izjav nikakor ne gre razumeti kot jamstvo, da se bodo ta pričakovanja izkazala za točna. Prihodnje poslovanje in dejansko doseženi rezultati podjetja Henkel AG & Co. KGaA ter njegovih povezanih družb so odvisni od številnih tveganj in negotovosti, zato se lahko bistveno razlikujejo (tako v pozitivnem kot negativnem smislu) od izjav o prihodnosti. Na številne od teh dejavnikov družba Henkel nima vpliva in jih ni mogoče vnaprej natančno oceniti, kot so prihodnje gospodarsko okolje ter dejanja konkurentov in drugih udeležencev na trgu. Družba Henkel ne načrtuje in se ne zavezuje, da bo posodobila izjave, usmerjene v prihodnost.

Ta dokument vključuje dodatne finančne kazalnike, ki niso jasno opredeljeni v veljavnem okviru finančnega poročanja in so ali bi lahko bili alternativni kazalniki uspešnosti. Teh dopolnilnih finančnih kazalnikov ni dovoljeno obravnavati ločeno ali kot alternativne ukrepe za merjenje Henkelovih neto sredstev in finančnega položaja ali rezultatov poslovanja, kot so predstavljeni v skladu z veljavnim okvirom finančnega poročanja v njegovih konsolidiranih računovodskih izkazih. Druga podjetja, ki poročajo ali opisujejo podobno poimenovane alternativne kazalnike uspešnosti, jih lahko izračunavajo drugače.

Ta dokument je bil izdan zgolj v informativne namene in ni namenjen investicijskemu svetovanju ali ponudbi za prodajo ali nagovarjanju k ponudbi za nakup kakršnih koli vrednostnih papirjev.