



Tlačová správa

4. máj 2023

Dobrý štart do finančného roka 2023

Henkel zaznamenáva veľmi silný organický rast obratu v prvom štvrtroku

- **Obrat skupiny organicky vzrástol o 6,6 % na približne 5,6 mld. eur; nominálne 6,4 %**
- **Rast podporený veľmi silným nárastom obratu v oboch divíziách:**
 - Adhesive Technologies s organickým rastom na úrovni 6,8 %, nominálne 6,1 %
 - divízia Consumer Brands dosiahla organický rast obratu na úrovni 7,0 %, nominálne 7,3 %
- **Ukončenie obchodných činností v Rusku zavŕšené**
- **Ďalší pokrok v implementácii strategickej agendy rastu**
- **Výhľad na finančný rok 2023 potvrdený**

Düsseldorf – V prvom štvrtroku 2023 spoločnosť Henkel zvýšila obrat skupiny na približne 5,6 mld. eur. Veľmi silný organický rast obratu na úrovni 6,6 % bol podporený dvojciferným nárastom cien, pričom objemy zaostali za úrovňou v predchádzajúcom roku. V nominálnom vyjadrení sa obrat zvýšil o 6,4 %.

*„Zaznamenali sme veľmi silný štart do tohto roku, a to aj napriek pretrvávajúcim náročným podmienkam na trhu. **Veľmi výrazné zvýšenie obratu** v oboch obchodných divíziách zvyrazňuje robustnosť nášho portfólia úspešných značiek a inovatívnych technológií. V prvom štvrtroku sme pokračovali v našich cenových opatreniach s cieľom ďalej kompenzovať nepriaznivé vplyvy v oblasti nákladov na suroviny a logistiku,“* povedal predseda predstavenstva spoločnosti Henkel Carsten Knobel. *„Dnes sme potvrdili náš **výhľad***

Ceresit

LOCTITE

Schwarzkopf

syoss

Perwoll

Persil

Somat

Bref

na rok 2023 a vďaka vývoju, ktorý charakterizuje veľmi silný organický rast obratu v prvom štvrtroku, sa do súčasného finančného roka pozeráme s istotou.“

Divízia **Adhesive Technologies** dosiahla v prvom štvrtroku veľmi silný organický rast obratu vďaka všetkým kategóriám. Rovnako aj nová divízia **Consumer Brands** zaznamenala veľmi silný organický rast obratu, ku ktorému tiež prispeli všetky kategórie.

Obrat podľa divízií

v miliónoch eur	Obrat		+/-	Organický
	1. štvrtrok 2022	1. štvrtrok 2023		
Skupina Henkel	5 271	5 609	6,4 %	6,6 %
Adhesive Technologies	2 631	2 791	6,1 %	6,8 %
Consumer Brands ¹	2 584	2 772	7,3 %	7,0 %

¹ Pro forma údaje za predchádzajúci rok na základe súhrnných výsledkov divízií Beauty Care a Laundry & Home Care.

„Pokračovali sme aj v plnení našich strategických priorít a dosiahli sme významný pokrok. Napríklad v našej divízii Consumer Brands dôsledne presadzujeme integráciu a dôraz na portfólio a súčasne pokračujeme v prispôbovaní organizačnej štruktúry divízie Adhesive Technologies tak, aby sme sa ešte viac priblížili našej zákazníckej základni, pričom v oboch divíziách sme úspešne zaviedli dôležité inovácie,“ vysvetlil Carsten Knobel.

V rámci stratégie alokácie kapitálu spoločnosť Henkel v roku 2022 po prvýkrát v histórii spustila program spätného odkupu akcií. Program bol úspešne ukončený v prvom štvrtroku 2023, pričom do konca marca spoločnosť spätne odkúpila akcie v celkovej hodnote približne 1 mld. eur.

Spoločnosť Henkel oznámila podpísanie dohody o **odpredaji podnikateľských aktivít v Rusku** konzorciu miestnych finančných investorov 20. apríla 2023. Svoje rozhodnutie ukončiť podnikateľské aktivity v Rusku oznámila spoločnosť minulý rok po útoku na Ukrajinu. Transakcia bola medzitým dokončená; predajná cena predstavuje 54 mld. rubľov (približne 600 mil. eur).

Obrat na úrovni skupiny

Obrat na úrovni skupiny sa v prvom štvrtroku 2023 nominálne zvýšil o 6,4 % z 5 271 mil. eur v rovnakom štvrtroku predchádzajúceho roka na aktuálnych 5 609 mil. eur. **Organicky** (t. j. po úprave o kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredaja) sa zvýšil o 6,6 %. Tento veľmi silný rast

obratu na úrovni skupiny bol spôsobený zvyšovaním cien. Akvizície a odpredaje znížili obrat o 1,1 %, zatiaľ čo kurzový vývoj mal na obrat mierne pozitívny vplyv na úrovni 0,9 %.

Obrat na úrovni skupiny

v miliónoch eur	1. štvrťrok 2022	1. štvrťrok 2023
Obrat	5 271	5 609
Zmena oproti predchádzajúcemu roku	6,1 %	6,4 %
Kurzové vplyvy ¹	0,2 %	0,9 %
Upravené o kurzové vplyvy	5,9 %	5,5 %
Akvizície/odpredaje ²	-1,1 %	-1,1 %
Organický	7,1 %	6,6 %
z toho cena	9,4 %	12,0 %
z toho objem	-2,3 %	-5,4 %

¹ Vrátať vplyvu uplatňovania medzinárodného účtovného štandardu IAS 29 (Finančné vykazovanie v hyperinflačných ekonomikách) pre Turecko.

² Vrátať vývoja organického obratu v Rusku od začiatku druhého štvrťroka 2022 v súvislosti s ohláseným ukončením podnikania v tejto krajine.

Región Európy dosiahol v prvom štvrťroku organický rast obratu na úrovni 4,2 %. V regióne Indie, Stredného východu a Afriky (**IMEA**) sa obrat organicky zvýšil o 27,8 %. V regióne **Severnej Ameriky** sme zaznamenali organické zvýšenie obratu o 7,1 %. Organický rast obratu za región **Latinskej Ameriky** predstavoval 17,6 %. Región **Ázie a Pacifiku** zaznamenal organický obrat na úrovni -4,8 %.

Obrat podľa regiónov¹

v miliónoch eur	Európa	IMEA	Severná Amerika	Latinská Amerika	Ázia a Pacifik	Firemný sektor	Skupina Henkel
Obrat² január – marec 2023	2 201	563	1 584	411	805	46	5 609
Obrat ² január – marec 2022	2 152	529	1 358	338	838	56	5 271
Zmena oproti rovn. štvrťroku predch. roka	2,3 %	6,5 %	16,6 %	21,5 %	-4,0 %	–	6,4 %
Organický	4,2 %	27,8 %	7,1 %	17,6 %	-4,8 %	–	6,6 %
Podiel na obrate skupiny za rok 2023	39 %	10 %	28 %	7 %	14 %	1 %	100 %
Podiel na obrate skupiny za rok 2022	41 %	10 %	26 %	6 %	16 %	1 %	100 %

¹ Údaje z predchádzajúceho roka za regióny Európa, IMEA a Ázia a Pacifik sú uvedené na pro forma základe vzhľadom na zmenenú štruktúru vykazovania podľa regiónov.

² Podľa sídla spoločnosti.

Obrat divízie Adhesive Technologies

V **prvom štvrťroku 2023** vzrástol **obrat** divízie Adhesive Technologies **nominálne** o 6,1 % z 2 631 mil. eur v rovnakom štvrťroku predchádzajúceho roka na súčasných 2 791 mil. eur. **Organický** (t. j. po úprave o kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredaja) sme obrat zvýšili o 6,8 % v porovnaní s prvým štvrťrokom 2022. Ceny zaznamenali dvojciferný percentuálny nárast, zatiaľ čo objemy boli nižšie než v rovnakom štvrťroku predchádzajúceho roka. Kurzový vývoj mal na obrat pozitívny vplyv vo výške 1,1 %, zatiaľ čo príspevok akvizícií/odpredajov bol negatívny na úrovni -1,8 %.

Obrat divízie Adhesive Technologies

v miliónoch eur	1. štvrťrok 2022	1. štvrťrok 2023
Obrat	2 631	2 791
Podiel na obrate skupiny	50 %	50 %
Zmena oproti predchádzajúcemu roku	11,6 %	6,1 %
Kurzové vplyvy ¹	1,6 %	1,1 %
Upravené o kurzové vplyvy	10,0 %	5,0 %
Akvízie/odpredaje ²	-0,7 %	-1,8 %
Organický	10,7 %	6,8 %
z toho cena	10,6 %	11,4 %
z toho objem	0,1 %	-4,6 %

¹ Vráťane vplyvu uplatňovania medzinárodného účtovného štandardu IAS 29 (Finančné vykazovanie v hyperinflačných ekonomikách) pre Turecko.

² Vráťane vývoja organického obratu v Rusku od začiatku druhého štvrťroka 2022 v súvislosti s ohláseným ukončením podnikania v tejto krajine.

K veľmi silnému organickému rastu obratu v divízii Adhesive Technologies v prvom štvrťroku prispeli všetky obchodné oblasti. Oblať **mobility a elektronického priemyslu** zaznamenala dvojciferný organický rast obratu na úrovni 12,6 %. K tomuto nárastu prispeli obchodné oblasti automobilového priemyslu a priemyselného tovaru, pričom elektronický priemysel zaznamenal negatívny vývoj vzhľadom na náročné trhové podmienky. Obchodná oblať **obalov a spotrebného tovaru** dosiahla organický rast obratu na úrovni 1,0 %. Pokles obratu v segmente obalov bol viac než dostatočne kompenzovaný veľmi silným rastom obratu v segmente spotrebného tovaru. V oblasti výrobkov pre **remeselníkov, profesionálov a stavebníctvo** bol zaznamenaný organický rast obratu na úrovni 7,0 % v porovnaní s rovnakým štvrťrokom predchádzajúceho roka, pričom k tomuto vývoju prispeli všetky obchodné oblasti.

Obrat podľa obchodnej oblasti¹

v miliónoch eur	Obrat		+/-	Organický
	1. štvrťrok 2022	1. štvrťrok 2023		
Adhesive Technologies	2 631	2 791	6,1 %	6,8 %

Obrat podľa obchodnej oblasti¹

v miliónoch eur	Obrat		+/-	Organický
	1. štvrtrok 2022	1. štvrtrok 2023		
Mobilita a elektronický priemysel	851	959	12,6 %	12,6 %
Obaly a spotrebný tovar	893	884	-1,0 %	1,0 %
Remeselníci, profesionáli a stavebníctvo	887	948	6,9 %	7,0 %

¹ Pro forma údaje za každú kategóriu v súvislosti s ohlásenou optimalizáciou organizačnej štruktúry.

Z pohľadu regiónov dosiahla divízia Adhesive Technologies výrazný organický rast obratu v **Európe**. V tomto regióne bol negatívny vývoj v oblasti obalov a spotrebného tovaru viac než dostatočne kompenzovaný rastom v oblasti mobility a elektronického priemyslu. **Severná Amerika** takisto zaznamenala výrazný rast obratu najmä s príspevom oblasti mobility a elektronického priemyslu. Regióny **IMEA** and **Latinskej Ameriky** dosiahli dvojciferný nárast organického obratu, pričom v oboch regiónoch k tomuto vývoju prispela oblasť mobility a elektronického priemyslu. Oproti tomu bol v organickom vyjadrení obrat v **ázijsko-pacifickom regióne** nižší v porovnaní s úrovňou v predchádzajúcom roku. Dôvodom bol najmä vývoj v Číne vzhľadom na celkovo náročné trhové prostredie, ktoré pretrvávalo aj po skončení miestnych obmedzení súvisiacich s ochorením COVID-19, ako aj v kombinácii s poklesom v segmente elektronického priemyslu, ktorý súvisel s vývojom na trhu.

Obrat divízie Consumer Brands

Divízia Consumer Brands zvýšila v **prvom štvrtroku 2023 obrat nominálne** o 7,3 % na 2 772 mil. eur. **Organický** (t. j. po úprave o kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredaja) bol obrat o 7,0 % vyšší v porovnaní s úrovňou z rovnakého obdobia predchádzajúceho roka. Medziročne divízia zaznamenala dvojciferný nárast cien za súčasného poklesu objemov, a to čiastočne v dôsledku vplyvov opatrení v oblasti optimalizácie portfólia. Kurzový vývoj mal na obrat mierne pozitívny vplyv na úrovni 0,8 %. Akvizície a odpredaje znížili obrat o 0,5 %.

Obrat divízie Consumer Brands¹

v miliónoch eur	1. štvrťrok 2022	1. štvrťrok 2023
Obrat	2 584	2 772
Podiel na obrate skupiny	49 %	49 %
Zmena oproti predchádzajúcemu roku	0,1 %	7,3 %
Kurzové vplyvy ²	-1,1 %	0,8 %
Upravené o kurzové vplyvy	1,2 %	6,5 %
Akvízie/odpredaje ³	-1,5 %	-0,5 %
Organický	2,7 %	7,0 %
z toho cena	8,3 %	12,7 %
z toho objem	-5,6 %	-5,7 %

¹ Pro forma údaje za predchádzajúci rok na základe súhrnných výsledkov divízií Beauty Care a Laundry & Home Care.

² Vrátať vplyvu uplatňovania medzinárodného účtovného štandardu IAS 29 (Finančné vykazovanie v hyperinflačných ekonomikách) pre Turecko.

³ Vrátať vývoja organického obratu v Rusku od začiatku druhého štvrťroka 2022 v súvislosti s ohláseným ukončením podnikania v tejto krajine.

V oblasti **pracích a čistiacich prostriedkov** (Laundry & Home Care) bol v prvom štvrťroku zaznamenaný veľmi silný organický rast obratu na úrovni 6,3 %. Segment pracích prostriedkov (Laundry Care) dosiahol výrazné zvýšenie organického obratu najmä vďaka silnému rastu v kategórii čistiacich prostriedkov na textílie (Fabric Cleaning) a dvojcifernému zvýšeniu v kategórii starostlivosti o textílie (Fabric Care). V oblasti čistiacich prostriedkov pre domácnosť (Home Care) bol zaznamenaný solídny rast, ku ktorému prispelo predovšetkým dvojciferné zvýšenie obratu v kategórii čistiacich prostriedkov na riad. Rast organického obratu v oblasti **starostlivosti o vlasy** vrátane profesionálnej starostlivosti o vlasy predstavoval 9,9 %. Dosiahli sme dvojciferný rast v spotrebiteľskom segmente najmä vďaka kategórii prípravkov na styling vlasov. V oblasti profesionálnej starostlivosti o vlasy bol zaznamenaný silný organický rast obratu.

Obrat podľa obchodnej oblasti ¹

v miliónoch eur	Obrat		+/-	Organický
	1. štvrtrok 2022	1. štvrtrok 2023		
Consumer Brands	2 584	2 772	7,3 %	7,0 %
Pracie a čistiace prostriedky	1 692	1 789	5,8 %	6,3 %
Starostlivosť o vlasy	711	811	14,7 %	9,9 %
Iný spotrebný tovar	181	171	-7,4 %	1,6 %

¹ Pro forma údaje za predchádzajúci rok na základe súhrnných výsledkov divízií Beauty Care a Laundry & Home Care.

Všetky regióny, v ktorých divízia Consumer Brands pôsobí, dosiahli v prvom štvrtroku zvýšenie organického obratu. Región **Európy** vykázal v prvom štvrtroku pozitívny organický rast obratu, a to najmä vďaka oblasti starostlivosti o vlasy, zatiaľ čo obrat v oblasti pracích a čistiacich prostriedkov bol nižší než v rovnakom štvrtroku predchádzajúceho roka. Región **Severnej Ameriky** dosiahol veľmi silný rast organického obratu, ku ktorému prispeli všetky obchodné oblasti. Región **IMEA**, ako aj región **Latinskej Ameriky**, zaznamenali dvojciferné zvýšenie organického obratu v rámci všetkých obchodných oblastí. Rast obratu v **ázijsko-pacifickom** regióne bol veľmi silný, k čomu takisto prispeli všetky obchodné oblasti.

Čisté aktíva a finančná pozícia skupiny

V čistých aktívach a finančnej pozícii skupiny nedošlo v sledovanom období k žiadnym podstatným zmenám v porovnaní so situáciou k 31. decembru 2022.

Výhľad skupiny Henkel

Výhľad na finančný rok 2023, zverejnený 7. marca 2023, bol potvrdený.

V tomto roku spoločnosť Henkel naďalej očakáva **rast organického obratu** medzi 1,0 až 3,0 %, pričom v tomto pásme by sa mali pohybovať obidve obchodné divízie. **Upravená výnosnosť predaja (upravená marža EBIT)** by sa mala naďalej pohybovať v medzi 10,0 až 12,0 %. V prípade divízie Adhesive Technologies sa upravená výnosnosť predaja očakáva v rozsahu od 13,0 do 15,0 % a v prípade Consumer Brands od 7,5 do 9,5 %. Pokiaľ ide o

upravené výnosy na prioritnú akciu (EPS), Henkel očakáva vývoj v rozpätí medzi -10,0 a +10,0 % pri konštantných kurzových sadzbách.

Podrobnosti o zmenenej štruktúre vykazovania od 1. štvrťroka 2023

Počnúc prvým štvrťrokom 2023 spoločnosť Henkel mení štruktúru vykazovania tak, aby odrážala nové organizačné usporiadanie. Odteraz bude spoločnosť vykazovať výsledky svojich dvoch obchodných divízií Adhesive Technologies a Consumer Brands. Ako už bolo oznámené, Henkel bude vykazovať aj kľúčové údaje o obrate na úrovni jednotlivých kategórií, čím sa zvýši transparentnosť. Konkrétne bude spoločnosť odteraz vykazovať obrat vrátane nominálneho a organického rastu obratu. V rámci divízie Consumer Brands sa tieto údaje vykazujú za oblasti Pracie a čistiace prostriedky, Starostlivosť o vlasy a Iný spotrebný tovar. Okrem toho spoločnosť Henkel optimalizuje organizačnú štruktúru v rámci svojej divízie Adhesive Technologies v záujme efektívnejšieho využívania výhod vyplývajúcich z rozsahu a schopností, čo spoločnosti zároveň umožní zostať blízko k zákazníkom a trhu. V budúcnosti bude táto obchodná divízia zahŕňať tri oblasti: Mobilita a elektronický priemysel, Obaly a spotrebný tovar, a výrobky pre remeselníkov, profesionálov a stavebníctvo. Táto nová štruktúra je už zohľadnená v predmetnej správe za prvý štvrťrok 2023, t. j. ešte pred jej úplnou implementáciou v rámci organizácie s účinnosťou od druhého štvrťroka 2023.

Spoločnosť takisto mierne upravila svoju štruktúru vykazovania podľa regiónov, aby lepšie odrážala rozdelenie zodpovednosti v rámci manažmentu. Od prvého štvrťroka 2023 bude Henkel poskytovať komentáre k výsledkom za regióny Európa, IMEA (India, Blízky východ, Afrika), Severná Amerika, Latinská Amerika, ako aj Ázia a Pacifik.

Poznámka: Všetky jednotlivé hodnoty v tomto dokumente sú zaokrúhlené. Ich súčet sa môže od uvedených celkových výsledkov líšiť.

O spoločnosti Henkel

Vďaka svojim značkám, inováciám a technológiám je spoločnosť Henkel svetovým lídrom na trhoch s priemyselným a spotrebným tovarom. Obchodná divízia Adhesive Technologies je globálnym lídrom na trhu so spojovacími a lepiacimi materiálmi, tmelmi a funkčnými nátermi. Obchodná divízia Consumer Brands sa drží na popredných miestach na mnohých svetových trhoch predovšetkým v segmentoch vlasovej kozmetiky a pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť. Medzi tri najsilnejšie značky spoločnosti patria Loctite, Persil a Schwarzkopf. Vo finančnom roku 2021 vykázala spoločnosť Henkel obrat vo výške viac než 20 mld. eur a upravený prevádzkový zisk približne vo výške 2,7 mld. eur. Prioritné akcie spoločnosti Henkel sú kótované na nemeckom akciovom indexe DAX. Udržateľnosť už dlhodobo patrí medzi tradičné priority spoločnosti Henkel, pričom na plnenie konkrétnych cieľov má spoločnosť vypracovanú jasnú stratégiu dlhodobej udržateľnosti. Spoločnosť Henkel bola založená v roku 1876 a dnes celosvetovo zamestnáva viac než 50 000 zamestnancov, ktorých spája silná firemná kultúra, spoločné hodnoty a spoločné poslanie: „Pioneers at heart for the good of generations“. Viac informácií nájdete na stránkach www.henkel.com.

O spoločnosti Henkel Slovensko

Na Slovensku pôsobí Henkel vo všetkých troch strategických oblastiach už od roku 1991 a zároveň je HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. pôsobiskom najväčšej expertnej pobočky Global Business Solutions+ spoločnosti Henkel celosvetovo. Global Business Solutions+ Bratislava (GBS+ Bratislava) patrí od svojho založenia v roku 2006 k dôležitej súčasť spoločnosti Henkel, zabezpečujúcej služby v Európe a globálne vo viac než 30 jazykoch. V súčasnosti zamestnáva viac než 1 600 pracovníkov. HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. predáva viac ako 50 značiek a dnes zamestnáva, spolu s GBS+ Bratislava, viac ako 1 800 zamestnancov. Viac informácií nájdete na stránke www.henkel.sk.

Kontakt

Zuzana Kaňuchová
Riaditeľka korporátnej komunikácie

Telefón: +421 917 160 597

E-mail: zuzana.kanuchova@henkel.com