

2023 Birinci Çeyrek Finansal Açıklama

Ocak–Mart

2023 mali yılına iyi bir başlangıç

Henkel'den ilk çeyrekte dikkat çeken organik satış büyümesi

- **Grup düzeyinde satışlar organik olarak yüzde 6,6 oranında artarak yaklaşık 5,6 milyar Euro'ya yükseldi; nominal büyüme ise yüzde 6,4 oranında gerçekleşti.**

Her iki iş birimi de, satışlarındaki çok güçlü artışlarla büyümeye katkı sağladı:

- Yapıştırıcı Teknolojileri'nde, yüzde 6,8 oranında organik büyüme sağlanırken, nominal büyüme yüzde 6,1 oranında gerçekleşti.
 - Tüketici Markaları ise yüzde 7,0 oranında organik satış büyümesi sağlarken, nominal büyüme yüzde 7,3 oranında gerçekleşti.
- **Rusya'daki iş faaliyetlerinden çıkış süreci tamamlandı.**
 - **Stratejik büyüme gündemi hız kesmeden hayata geçmeye devam ediyor.**
 - **2023 mali yılı için öngörü teyit edildi.**

Düsseldorf, 4 Mayıs 2023 – Henkel, 2023'ün ilk çeyreğinde Grup düzeyinde satışlarını yaklaşık 5,6 milyar Euro'ya çıkardı. Çift haneli fiyatlandırma sayesinde yüzde 6,6 oranında çok güçlü bir organik satış büyümesi yakalanırken, hacimler önceki yıl gerçekleşen seviyenin altında kaldı. Nominal olarak, satışlar yüzde 6,4 oranında arttı.

"Zorlayıcı olmaya devam eden piyasa ortamına karşın yıla iyi bir başlangıç yaptık. Her iki iş birimince ortaya konan **çok güçlü satış artışı**, başarılı markalar ve yenilikçi teknolojilerden oluşan portföyümüzün gücünü vurguluyor. İlk çeyrekte, ham madde ve lojistik maliyetlerinden kaynaklanan olumsuz etkileri telafi edebilmek için fiyatlandırma tedbirlerimize devam ettik." ifadelerini kullanan Henkel CEO'su Carsten Knobel sözlerine şöyle devam etti: "Bugün 2023 için **hedefimizi** teyit ettik ve ilk çeyrekte organik satışlarda gerçekleşen güçlü büyümeye dayanarak içinde bulunduğumuz mali yıla güvenle bakıyoruz."

Tüm iş alanlarında ortaya konulan başarılı performans sayesinde, ilk çeyrekte **Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi** çok güçlü bir organik satış artışı sergiledi. Yeni iş birimi **Tüketici Markaları** da benzer şekilde tüm iş alanlarının katkısıyla çok güçlü organik satış büyümesi elde etti.

1.İş birimine göre satış performansı

Milyon Euro	Satışlar		+/-	Organik
	Q1/2022	Q1/2023		
Henkel Grup	5.271	5.609	%6,4	%6,6
Yapıştırıcı Teknolojileri	2.631	2.791	%6,1	%6,8
Tüketici Markaları ¹	2.584	2.772	%7,3	%7,0

1.Beauty Care ve Çamaşır ve Ev Bakım İş Birimleri'nin konsolide edilmiş sonuçlarına dayanan önceki yıl rakamlarına ait proforma değerleri.

Carsten Knobel açıklamalarına şöyle devam etti: "Ayrıca stratejik önceliklerimiz doğrultusunda önemli ilerlemeler kaydettik. Örneğin, Tüketici Markaları İş Birimi'mizde entegrasyon ve portföye dayalı çalışmalarımızı titizlikle sürdürüyor ve Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi'mizin organizasyon yapısını müşteri tabanımıza daha da yakın hale getiriyoruz. Her iki iş birimimizde ilgili yenilikleri başarıyla başlatmış bulunmaktayız."

Henkel, sermaye dağılımı stratejisinin bir parçası olarak, 2022 yılında ilk kez bir hisse geri satın alımı programı başlatmıştı. Program, 2023'ün ilk çeyreğinde başarılı bir biçimde tamamlandı: Mart ayı sonu itibariyle şirket, toplam değeri yaklaşık 1 milyar Euro olan hisse senetlerinin geri satın alımı işlemini gerçekleştirdi.

20 Nisan 2023 tarihinde Henkel, **Rusya'daki ticari faaliyetlerinin** yerel finansal yatırımcılardan oluşan bir konsorsiyuma **satışına** ilişkin anlaşma imzalandığını duyurdu. Henkel geçen yıl, Rusya'nın Ukrayna'ya gerçekleştirdiği saldırının ardından, bu ülkedeki ticari faaliyetlerinden çıkma kararı aldığını açıklamıştı. Bu süre zarfında işlem tamamlandı ve satış fiyatı 54 milyar Ruble (yaklaşık 600 milyon Euro) tutarında gerçekleşti.

Grup Genelinde Satış Performansı

2023'ün ilk çeyreğinde Grup genelindeki satışlar nominal olarak bir önceki yılın aynı çeyreğine göre yüzde 6,4 oranında artarak 5,271 milyar Euro'dan, 5,609 milyar Euro'ya yükseldi. **Organik** olarak satışlar (döviz kurlarına ve satın alma ve elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) yüzde 6,6 oranında artış gösterdi. Grup düzeyinde satışlarda gözlenen bu çok güçlü artış, fiyatların yükseltilmesinden kaynaklandı. Satın almalar ve elden çıkarmalar satışları yüzde -1,1 oranında azalttı. Döviz kurları ise satışlar üzerinde yüzde 0,9 oranında olumlu bir etki yarattı.

2.Grup Genelinde Satış Performansı

Milyon Euro	Q1/2022	Q1/2023
Satışlar	5.271	5.609
Geçen yıla kıyasla değişim	%6,1	%6,4
Döviz kurları ¹	%0,2	%0,9
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%5,9	%5,5
Satın alma / elden çıkarmalar ²	%-1,1	%-1,1
Organik	%7,1	%6,6
Fiyata göre	%9,4	%12,0
Hacme göre	%-2,3	%-5,4

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

2.* Rusya'daki faaliyetlere son verildiğinin açıklanmasının ardından 2022'nin ikinci çeyreğinin başından itibaren Rusya'daki organik satış gelişimi dahil.

Avrupa bölgesindeki organik satış büyümesi, ilk çeyrekte yüzde 4,2 oranında gerçekleşti. **IMEA** (Hindistan, Orta Doğu ve Afrika) bölgesi satışları organik olarak yüzde 27,8 oranında arttı. **Kuzey Amerika** bölgesindeki satışlar ise organik olarak yüzde 7,1 oranında arttı. **Latin Amerika** bölgesinde organik satış büyümesi yüzde 17,6 oranında idi. **Asya-Pasifik** bölgesinde ise organik satış değişimi yüzde -4,8 oranında gerçekleşti.

7.Bölgelere göre satış performansı¹

Milyon Euro	Avrupa	IMEA	Kuzey Amerika	Latin Amerika	Asya-Pasifik	Kurumsal	Henkel Grup
Satışlar² Ocak–Mart 2023	2.201	563	1.584	411	805	46	5.609

7.Bölgelere göre satış performansı¹

Milyon Euro	Avrupa	IMEA	Kuzey Amerika	Latin Amerika	Asya-Pasifik	Kurumsal	Henkel Grup
Satışlar ² Ocak–Mart 2022	2.152	529	1.358	338	838	56	5.271
Geçen yılın aynı çeyreğine kıyasla değişim	%2,3	%6,5	%16,6	%21,5	%-4,0	–	%6,4
Organik	%4,2	%27,8	%7,1	%17,6	%-4,8	–	%6,6
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı 2023	%39	%10	%28	%7	%14	%1	%100
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı 2022	%41	%10	%26	%6	%16	%1	%100

1.Tadil edilen bölgesel raporlama yapısından ötürü proforma bazda verilen Avrupa, IMEA ve Asya-Pasifik bölgelerine yönelik önceki yıl rakamları.

2.Şirketin bulunduğu lokasyona göre.

Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

2023'ün ilk çeyreğinde, Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi'nde **satışlar**, bir önceki yılın aynı çeyreğine göre 2,631 milyar Euro'dan 2,791 milyar Euro'ya yükselerek **nominal** olarak yüzde 6,1 oranında arttı. **Organik** olarak (döviz kurlarına ve satın alma ve elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) satışlar, 2022'in ilk çeyreğine kıyasla yüzde 6,8 oranında artış gösterdi. Çift haneli yüzde aralığında fiyat artışlarına ulaşılırken, hacimler önceki yılın aynı çeyreğinin altında seyretti. Döviz kurlarının etkileri satışları yüzde 1,1 oranında artırdı. Satın alma ve elden çıkarmalar ise satışlarda yüzde -1,8 oranında negatif bir etki yarattı.

8.Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

Milyon Euro	Q1/2022	Q1/2023
Satışlar	2.631	2.791
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%50	%50
Geçen yıla kıyasla değişim	%11,6	%6,1
Döviz kurları ¹	%1,6	%1,1
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%10,0	%5,0

8.Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

Milyon Euro	Q1/2022	Q1/2023
Satın alma / elden çıkarmalar ²	%-0,7	%-1,8
Organik	%10,7	%6,8
Fiyata göre	%10,6	%11,4
Hacme göre	%0,1	%-4,6

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

2.Rusya'daki faaliyetlere son verildiğinin açıklanmasının ardından 2022'nin ikinci çeyreğinin başından itibaren Rusya'daki organik satış gelişimi dahil.

Tüm iş alanlarında ortaya konulan başarılı performans sayesinde, Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi ilk çeyrekte çok güçlü bir organik satış büyümesi sergiledi. **Mobilite ve Elektronik** iş alanı satışlarda, yüzde 12,6 oranında çift haneli bir organik büyüme gerçekleştirdi. Bu artış, Otomotiv ve Endüstriyel iş alanlarının katkılarından kaynaklanırken, Elektronik ise zorlu piyasa ortamı nedeniyle olumsuz bir değişim sergiledi. **Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri** iş alanı, yüzde 1,0 oranında organik satış büyümesi gerçekleştirdi. Tüketici Ürünleri'ndeki çok güçlü satış büyümesi, Ambalajlama'da gerçekleşen satış azalmasını fazlasıyla telafi etti. **Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel** iş alanındaki satışlar, tüm iş birimlerinin katkısıyla bir önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla organik olarak yüzde 7,0 oranında arttı.

13.İş alanına göre satış performansı¹

Milyon Euro	Satışlar			Organik
	Q1/2022	Q1/2023	+/-	
Yapıştırıcı Teknolojileri	2.631	2.791	%6,1	%6,8
Mobilite ve Elektronik	851	959	%12,6	%12,6
Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri	893	884	%-1,0	%1,0
Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel	887	948	%6,9	%7,0

1.Açıklanan organizasyonel yapı optimizasyonu çerçevesinde her bir iş alanına ait proforma rakamlar.

Bölgesel açıdan bakıldığında, Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi **Avrupa**'da önemli bir organik satış büyümesi elde etti. Bu bölgede, Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri iş alanındaki olumsuz değişim, Mobilite ve Elektronik iş alanındaki büyüme ile fazlasıyla telafi edildi. Benzer şekilde, **Kuzey Amerika** bölgesi, Mobilite ve Elektronik iş alanının katkısıyla önemli bir satış büyümesi

sergiledi. Hem **IMEA** hem de **Latin Amerika**, her iki bölgede de Mobilite ve Elektronik iş alanı tarafından desteklenen çift haneli organik satış artışları elde etti. Buna karşın, **Asya-Pasifik** bölgesindeki satışlar organik olarak önceki yıl seviyesinin altında kaldı. Bu durum özellikle Çin'de Covid-19 ile ilgili kısıtlamaların sona ermesinden sonra bile devam eden genel zorlu pazar ortamından ve Elektronik iş alanındaki piyasa kaynaklı düşüş sebebiyle gerçekleşti.

Tüketici Markaları Satış Performansı

2023'ün ilk çeyreğinde, Tüketici Markaları İş Birimi'nde **satışlar nominal** olarak yüzde 7,3 oranında artarak 2,772 milyar Euro'ya yükseldi. **Organik** olarak (döviz kurları ile satın alma ve elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) satışlar, bir önceki yılın seviyesine göre yüzde 7,0 oranında arttı. Bir yıllık dönemde iş birimi fiyatlarda çift haneli bir artış kaydederken, hacimler kısmen portföy optimizasyon tedbirlerinin etkileri nedeniyle gerileme gösterdi. Döviz kurları satışlar üzerinde yüzde 0,8 oranında olumlu bir etki yarattı. Satın alma ve elden çıkarmalar ise satışların yüzde -0,5 oranında azalmasına neden oldu.

14.Tüketici Markaları satış performansı¹

Milyon Euro	Q1/2022	Q1/2023
Satışlar	2.584	2.772
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%49	%49
Geçen yıla kıyasla değişim	%0,1	%7,3
Döviz kurları ²	%-1,1	%0,8
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%1,2	%6,5
Satın alma / elden çıkarmalar ³	%-1,5	%-0,5
Organik	%2,7	%7,0
Fiyata göre	%8,3	%12,7
Hacme göre	%-5,6	%-5,7

1.Beauty Care ve Çamaşır & Ev Bakım İş Birimleri'nin konsolide edilmiş sonuçlarına dayanan önceki yıl rakamlarına ait proforma değerleri.

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

3. Rusya'daki faaliyetlere son verildiğinin açıklanmasının ardından 2022'nin ikinci çeyreğinin başından itibaren Rusya'daki organik satış gelişimi dahil.

İlk çeyrekte, **Çamaşır ve Ev Bakım** iş alanı yüzde 6,3 oranında çok güçlü bir organik satış büyümesi ortaya koydu. Çamaşır Bakım, ağırlıklı olarak Kumaş Temizleme kategorisindeki önemli satış büyümesi ve Kumaş Bakım kategorisindeki çift haneli artıştan kaynaklanan önemli bir organik satış artışı elde etti. Ev Bakım'da gözlenen başarılı büyüme rakamı ise, esas olarak Bulaşık kategorisindeki satışların çift haneli artışından kaynaklandı. Profesyonel iş birimi de içeren, **Saç** iş alanındaki organik satış büyümesi, yüzde 9,9 oranında idi. Tüketici iş

biriminde, özellikle Saç Şekillendime kategorisinin etkisiyle, çift haneli büyüme oranı yakalandı. Profesyonel iş birimi güçlü bir organik büyümeye imza attı.

19.İş alanına göre satış performansı¹

Milyon Euro	Satışlar			
	Q1/2022	Q1/2023	+/-	Organik
Tüketici Markaları	2.584	2.772	%7,3	%7,0
Çamaşır ve Ev Bakım	1.692	1.789	%5,8	%6,3
Saç	711	811	%14,7	%9,9
Diğer Tüketici İş Birimleri	181	171	%-7,4	%1,6

1.Beauty Care ve Çamaşır & Ev Bakım İş Birimleri'nin konsolide edilmiş sonuçlarına dayanan önceki yıl rakamlarına ait proforma değerleri.

Tüketici Markaları İş Birimi'nin hizmet verdiği tüm bölgeler ilk çeyrekte organik satış artışları elde etti. **Avrupa** bölgesi ilk çeyrekte özellikle Saç iş alanından kaynaklanan pozitif organik satış büyümesi kaydederken, Çamaşır ve Ev Bakım iş alanındaki satışlar önceki yılın aynı çeyreğinin altında kaldı. **Kuzey Amerika** bölgesi, tüm iş alanlarının katkısıyla çok güçlü bir organik satış büyümesi sağladı. **IMEA** ve **Latin Amerika** bölgelerinin her biri, tüm iş alanlarında çift haneli organik satış artışları sağladı. **Asya-Pasifik** bölgesinde, tüm iş alanlarının katkısıyla çok güçlü bir satış büyümesi gerçekleşti.

Grup'un Net Varlıkları ve Mali Durumu

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

Henkel Grup için Öngörü

7 Mart 2023 tarihinde yayınlanan ve 2023 mali yılı için olan hedef teyit edildi.

Bu yıl için Henkel, her iki iş birimi için de yüzde 1,0 ile 3,0 arasında **organik satış büyümesi** beklentisini sürdürüyor. **Düzeltilmiş satış kazancının (düzeltilmiş VFÖK marjı)** yüzde 10,0 ile 12,0 aralığında gerçekleşmesi beklentisi devam ediyor. Düzeltilmiş satış kazancının Yapıştırıcı Teknolojileri için yüzde 13,0 ile 15,0 arasında, Tüketici Markaları için ise yüzde 7,5 ile 9,5 arasında olması öngörülüyor. Henkel, **imtiyazlı hisse senedi başına kârlılık (EPS)** için, sabit kur ile yüzde -10,0 ile +10,0 aralığında bir değişim beklemeye devam ediyor.

2023 İlk Çeyreğinden İtibaren Benimsenen Tadil Edilmiş Raporlama Yapısına İlişkin Detaylar

2023 yılının ilk çeyreğinden itibaren Henkel, raporlama yapısını yeni organizasyonel düzenini yansıtacak şekilde değiştirdi. Şirket, ileriye dönük olarak, Yapıştırıcı Teknolojileri ve Tüketici Markaları İş Birimlerinin performansını raporlayacak. Açıklandığı üzere, Henkel önemli satış rakamlarını iş alanı düzeyinde de raporlayacak ve böylece şeffaflığı artıracak. Şirket artık özellikle, nominal ve organik satış büyümesinin yanı sıra, satışları da raporluyor. Tüketici Markaları İş Birimi'nde; Çamaşır ve Ev Bakım, Saç ve diğer tüketici iş alanlarının her birine dair rakamlar raporlanıyor. Buna ek olarak Henkel, ölçek ve yetkinlik açısından daha verimli hale gelmek ve müşteri ve pazar yakınlığı sağlamak için Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi'ndeki organizasyon yapısını optimize ediyor. İş birimi, ileriye dönük olarak "Mobilite ve Elektronik", "Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri" ve "Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel" olmak üzere üç iş alanından oluşacak. Bu yeni yapı, 2023'ün ikinci çeyreğinden itibaren bütünüyle hayata geçirilmeden önce, 2023'ün ilk çeyreği için hazırlanan mevcut Finansal Açıklama'ya yansıtılmıştır.

Şirket ayrıca, yönetim sorumluluklarının dağılımını daha iyi bir şekilde yansıtmak amacıyla bölgesel raporlama yapısında da bazı küçük değişikliklere gitmiştir. Henkel, 2023'ün ilk çeyreğinden itibaren Avrupa, İMEA (Hindistan, Orta Doğu, Afrika), Kuzey Amerika, Latin Amerika ve Asya-Pasifik bölgelerindeki iş performanslarına ilişkin yorumlarda bulunacak.

Not: Bu belgedeki her bir rakam ticari olarak yuvarlanmıştır. Eklemeler belirtilen toplamlarda sapmalara sebebiyet verebilir.

Henkel Hakkında

Markaları, inovasyonları ve teknolojileri ile Henkel, endüstriyel ve tüketici iş birimlerinde, dünya genelindeki pazarlarda lider konumlara sahiptir. Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi; yapıştırıcılar, yalıtım malzemeleri ve fonksiyonel kaplamalar pazarlarında global bir liderdir. Tüketici Markaları ile şirketin, başta Saç Bakım ile Çamaşır ve Ev Bakım olmak üzere, dünya genelinde pek çok piyasa ve kategoride liderliği bulunmaktadır. Henkel'in en güçlü üç markası Loctite, Persil ve Schwarzkopf markalarıdır. 2022 mali yılında Henkel, 22 milyar Euro'nun üzerinde satış ve yaklaşık 2,3 milyar Euro düzeltilmiş faaliyet kârı bildirmiştir. Henkel'in imtiyazlı hisse senetleri, Almanya DAX borsa endeksine kayıtlıdır. Sürdürülebilirlik, Henkel'in köklü geleneğinin önemli bir bileşenidir ve şirket belirli hedefler doğrultusunda hayata geçirdiği net bir sürdürülebilirlik stratejisine sahiptir. 1876'da kurulmuş olan Henkel, bugün dünya çapında güçlü bir şirket kültürü ile bir araya gelen, çeşitliliği kapsayan, ortak değerlerde birleşen ve "Pioneers at heart for the good of generations" (Gelecek Nesiller İçin İyiliğe Öncülük Ediyoruz) amacıyla buluşan 50.000'den fazla kişiyi istihdam etmektedir. Daha fazla bilgiyi www.henkel.com adresinde bulabilirsiniz.