



Tisková zpráva

Čtvrtletní zpráva za třetí čtvrtletí 2023

Červenec – září

Růst si zachoval momentum i ve třetím čtvrtletí

Společnost Henkel zlepšila výhled na finanční rok 2023

- **Obrat na úrovni skupiny: přibližně 5,4 miliardy eur, organický růst obratu ve výši 2,8 procent**
- **Na zvýšení organického obratu se podílely obě obchodní divize:**
 - **Adhesive Technologies: nárůst organického obratu o 0,8 procent**
 - **Consumer Brands: výrazný nárůst organického obratu o 6,2 %**
- **Akvizicí společnosti Critica Infrastructure potvrzuje divize Adhesive Technologies své zaměření na růst skrz sloučení a akvizice (M&A)**
- **Integrace v rámci divize Consumer Brands výrazně překračuje plán – do konce roku se očekává více než 80% úspora nákladů**
- **Zlepšený výhled na finanční rok 2023:**
 - **Organický růst obratu: 3,5 až 4,5 procenta (původně: 2,5 až 4,5 %)**
 - **Upravená výnosnost prodeje (marže EBIT): 11,5 až 12,5 procenta (původně: 11,0 až 12,5 %)**
 - **Upravené výnosy na prioritní akcii (EPS): zvýšení v rozpětí od 15 do 25 procent při konstantních kurzových sazbách (původně: 5 až 20 %)**

Düsseldorf, 9. listopad 2023 – Skupina Henkel zaznamenala ve **třetím čtvrtletí 2023** obrat ve výši přibližně 5,4 miliardy eur při organickém růstu obratu na úrovni 2,8 procenta. K růstu přispěla především pokračující silná cenová politika v očekávání výrazně vyšších cen surovin ve srovnání s předchozím rokem. Objem prodeje byl sice negativní, ale ve srovnání s druhým pololetím zaznamenal viditelné zlepšení. Nominálně se obrat meziročně snížil o 9,0 %, a to

zejména z důvodu ukončení podnikatelských aktivit v Ruské federaci ve druhém čtvrtletí a vlivem negativního kurzového vývoje.

„I přes přetrvávající náročné tržové podmínky jsme dokázali ve třetím čtvrtletí udržet momentum našeho růstu, k čemuž přispěly obě obchodní divize. Vzhledem k uvedenému vývoji jsme dnes zvýšili náš **výhled** na aktuální finanční rok. Konkrétně v případě upravených výnosů na prioritní akcii nyní očekáváme zvýšení v rozpětí od 15 do 25 procent při konstantních kurzových sazbách,“ řekl předseda představenstva společnosti Henkel Carsten Knobel.

„Atraktivní akvizicí, jež odráží naše výraznější zaměření na růst našeho podnikání skrz sloučení a akvizice, jsme také posílili portfolio divize Adhesive Technologies. Zároveň jsme jednoznačně dokázali překročit plán integrace divize Consumer Brands, která představuje největší transformaci naší společnosti za několik posledních desetiletí.“

Vývoj obratu podle obchodních divizí

v milionech eur	Obrat			
	Q3/2022	Q3/2023	*/-	Organicky
Třetí čtvrtletí 2023				
Skupina Henkel	5 976	5 440	-9,0 %	2,8 %
Adhesive Technologies	2 995	2 711	-9,5 %	0,8 %
Consumer Brands	2 916	2 695	-7,6 %	6,2 %
Leden – září 2023	1-9/2022	1-9/2023		
Skupina Henkel	16 889	16 366	-3,1 %	4,1 %
Adhesive Technologies	8 462	8 186	-3,3 %	3,3 %
Consumer Brands	8 251	8 060	-2,3 %	5,9 %

I když je poptávka na některých relevantních koncových trzích společnosti Henkel stále utlumená, divize **Adhesive Technologies** zaznamenala ve třetím čtvrtletí pozitivní vývoj organického obratu, k němuž přispívaly segmenty mobility a elektroniky a segment produktů pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály. Velmi silný organický růst obratu obchodní divize **Consumer Brands**, která od začátku roku funguje v nové struktuře, potáhly zejména segmenty pracích a čistících prostředků pro domácnost a vlasové kosmetiky.

„V obou obchodních divizích se ve třetím čtvrtletí viditelně zlepšil vývoj objemu prodaných produktů ve srovnání s předchozím čtvrtletím a potvrzuje naše očekávání, která jsme zveřejnili při publikování výsledků za první pololetí. Další postupné zlepšování očekáváme také v dalším čtvrtletí,“ řekl Carsten Knobel.

Ve třetím čtvrtletí společnost Henkel zároveň úspěšně pokračovala v implementaci své **strategické agendy růstu**. Akvizicí společnosti Critica Infrastructure společnost Henkel rozšířila portfolio divize Adhesive Technologies o dodatečný atraktivní obchodní segment s cílem vytvořit platformu pro další růst: společnost Critica Infrastructure se specializuje na inovativní kompozitní řešení pro opravy a údržbu se širokým průmyslovým uplatněním. Integrace spotřebitelských segmentů v rámci obchodní divize Consumer Brands postupuje rychleji, než se plánovalo. Až 80 % z úspor nákladů ve výši přibližně 250 milionů eur, jichž mělo být v rámci první fáze dosaženo do konce roku 2024, se pravděpodobně podaří zrealizovat již do konce roku 2023. Kromě toho společnost přísně orientuje portfolio divize Consumer Brands na značky a produkty s vysokou marží a silným růstovým potenciálem.

„Ve třetím čtvrtletí jsme pokračovali v konzistentním prosazování našich strategických priorit v obou obchodních divizích. Proto jsme i nadále na dobré cestě k dalšímu růstu a rozšiřování svých vedoucích trhových pozic na globálních trzích,“ dodal Carsten Knobel.

Obrat na úrovni skupiny

Obrat na úrovni skupiny dosáhl ve třetím **čtvrtletí 2023** výše 5 440 milionů eur, což meziročně představuje **nominální** pokles o 9,0 procent. Negativní vliv akvizic a odprodejí včetně prodeje podnikatelských aktivit v Ruské federaci na obrat skupiny představoval 5,5 %. Negativní příspěvek kurzových vlivů k vývoji obratu byl na úrovni 6,3 %. **Organicky** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodejí) se ovšem obrat zvýšil o 2,8 %. Ke zvýšení přispěla zejména silná cenová politika v obou obchodních divizích. Objem prodeje se meziročně snížil, ale ve srovnání s druhým čtvrtletím obě divize vykázaly viditelné postupné zlepšení.

Obrat za prvních **devět měsíců roku 2023** dosáhl 16 366 milionů eur, což představuje **nominální** snížení o 3,1 %. **Organicky** se obrat zvýšil o 4,1 %, a to díky dvoucifernému růstu cen.

Obrat na úrovni skupiny

v milionech eur	Q3/2022	Q3/2023	1–9/2022	1–9/2023
Obrat	5 976	5 440	16 889	16 366
Meziroční změna	17,3 %	-9,0 %	12,5 %	-3,1 %

Kurzové vlivy	6,6 %	-6,3 %	3,9 %	-3,9 %
Upraveno o kurzové vlivy	10,7 %	-2,7 %	8,6 %	0,8 %
Akvizice/odprodeje	-0,6 %	-5,5 %	-1,1 %	-3,4 %
Organicky	11,3 %	2,8 %	9,7 %	4,1 %
Z toho cena	14,7 %	8,3 %	11,6 %	10,8 %
Z toho objem	-3,4 %	-5,5 %	-1,9 %	-6,7 %

K organickému růstu obratu ve třetím **čtvrtletí** nejvýrazněji přispěly trhy v **Evropě, Severní Americe, Latinské Americe** a v regionu **Indie, Středního východu a Afriky (IMEA)**. Naopak, na **asijsko-pacifických** trzích byl vývoj organického obratu negativní především z důvodu napjatého trhového prostředí, jež převládalo v Číně.

Obrat podle regionů

v milionech eur	Evropa	IMEA	Severní Amerika	Latinská Amerika	Asie a Pacifik	Firemní zákazníci	Skupina Henkel
Obrat¹ červenec - září 2023	2 040	594	1 517	420	837	34	5 440
Obrat ¹ červenec - září 2023	2 358	618	1 548	413	974	65	5 976
Meziroční změna	-13,5 %	-3,9 %	-2,0 %	1,5 %	-14,1 %	-	-9,0 %
Organický	0,9 %	24,7 %	3,2 %	5,8 %	-4,7 %	-	2,8 %
Podíl na obratu skupiny 2023	37 %	11 %	28 %	8 %	15 %	1 %	100 %
Podíl na obratu skupiny 2023	39 %	10 %	26 %	7 %	16 %	1 %	100 %

¹ Dle sídla společnosti

Za **prvních devět měsíců roku 2023** společnost Henkel zaznamenala výrazný organický růst obratu ve všech regionech s výjimkou asijsko-pacifického.

Obrat podle regionů

v milionech eur	Evropa	IMEA	Severní Amerika	Latinská Amerika	Asie a Pacifik	Firemní zákazníci	Skupina Henkel
Obrat¹ leden - září 2023	6 324	1 610	4 621	1 254	2 439	120	16 366
Obrat ¹ leden - září 2023	6 792	1 713	4 421	1 146	2 642	175	16 889
Meziroční změna	-6,9 %	-6,0 %	4,5 %	9,5 %	-7,7 %	-	-3,1 %
Organický	1,9 %	25,3 %	3,6 %	10,5 %	-3,4 %	-	4,1 %
Podíl na obratu skupiny 2023	39 %	10 %	28 %	8 %	15 %	1 %	100 %
Podíl na obratu skupiny 2023	40 %	10 %	26 %	7 %	16 %	1 %	100 %

¹ Dle sídla společnosti

Obrat divize Adhesive Technologies

Obchodní divize Adhesive Technologies dosáhla ve třetím čtvrtletí 2023 **obratu** ve výši 2 711 milionů eur (loni: 2 995 milionů eur). V **nominálním** vyjádření jde o pokles o 9,5 %, **organicky** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vliv akvizic a odprodejí) se však zlepšil o 0,8 %, k čemuž přispělo výrazné zvýšení cen. Na druhé straně, objem prodeje zaostal za úrovní z předchozího roku, protože na některých relevantních trzích i nadále přetrvává útlum v poptávce. Akvizice a odprodeje snížily obrat o 3,8 %, zatímco nepříznivý kurzový vývoj měl na obrat dodatečný negativní vliv ve výši 6,5 %. Obrat divize Adhesive Technologies se za **prvních devět měsíců roku 2023** nominálně snížil o 3,3 % na hodnotu 8 186 milionů eur. **Organicky** však díky cenám vzrostl o výrazných 3,3 %.

Obrat divize Adhesive Technologies

v milionech eur	Q3/2022	Q3/2023	1-9/2022	1-9/2023
Obrat	2 995	2 711	8 462	8 186
Podíl na obratu skupiny	50 %	50 %	50 %	50 %
Meziroční změna	22,6 %	-9,5 %	17,6 %	-3,3 %
Kurzové vlivy	7,7 %	-6,5 %	5,0 %	-3,6 %
Upraveno o kurzové vlivy	14,9 %	-3,0 %	12,6 %	0,3 %
Akvizice/odprodeje	-1,9 %	-3,8 %	-1,1 %	-3,0 %
Organicky	16,8 %	0,8 %	13,7 %	3,3 %
Z toho cena	15,8 %	4,9 %	13,2 %	8,3 %
Z toho objem	1,0 %	-4,1 %	0,5 %	-5,0 %

K pozitivnímu organickému růstu obratu přispívaly ve třetím **čtvrtletí** zejména trhové segmenty mobility a elektronického průmyslu a segment produktů pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály. V segmentu produktů pro **mobilitu** a **elektronický průmysl** zaznamenala divize Adhesive Technologies výrazný organický růst obratu na úrovni 4,6 %. K uvedenému zvýšení přispěl automobilový průmysl, zatímco výsledky v segmentu elektroniky nedosáhly úrovně předchozího roku v důsledku přetrvávající nízké poptávky. Segment dodavatelského průmyslu zaznamenal pozitivní organický růst obratu. V segmentech **obalového a spotřebního zboží** se obrat organicky snížil o 5,0 procent. Tento výsledek je kombinací nižší poptávky a vysokých srovnávacích základů ze stejného období předchozího roku. Trhový segment produktů pro **řemeslníky, stavebnictví a profesionály** dosáhl organického růstu obratu ve výši 2,8 %, k němuž přispělo stavebnictví i produkty pro spotřebitele a řemeslníky. Naopak, slabší poptávka vedla k mírnému poklesu obratu v oblasti výroby a údržby.

Vývoj obratu podle obchodních segmentů

v milionech eur	Obrat			
	Q3/2022	Q3/2023	*/-	Organicky
Třetí čtvrtletí 2023				

Adhesive Technologies	2 995	2 711	-9,5 %	0,8 %
Mobilita a elektronický průmysl	1 009	980	-2,8 %	4,6 %
Obalové a spotřební zboží	993	855	-13,8 %	-5,0 %
Řemeslníci, stavebnictví a profesionálové	994	876	-11,8 %	2,8 %
Leden – září 2023	1-9/2022	1-9/2023		
Adhesive Technologies	8 462	8 186	-3,3 %	3,3 %
Mobilita a elektronický průmysl	2 767	2 879	4,1 %	8,6 %
Obalové a spotřební zboží	2 848	2 588	-9,1 %	-2,7 %
Řemeslníci, stavebnictví a profesionálové	2 848	2 719	-4,5 %	4,1 %

Z geografického hlediska byly výsledky obchodní divize Adhesive Technologies ve třetím čtvrtletí smíšené. V **Evropě** byl organický vývoj obratu mírně negativní. Růst v segmentech produktů pro mobilitu a elektronický průmysl a produktů pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály nedokázal kompenzovat negativní vývoj v segmentu obalového a spotřebního zboží. Segment mobility a elektronického průmyslu naopak přispěl k organickému růstu obratu na **severoamerických** trzích. V regionu **IMEA** zaznamenala divize Adhesive Technologies dvouciferný organický růst obratu, k němuž přispěly všechny obchodní segmenty. Velmi silný byl organický růst obratu v **latinskoamerickém** regionu, a to zejména díky výsledkům v segmentu produktů pro mobilitu a elektronický průmysl a v segmentu obalového a spotřebního zboží. Naopak v **asijsko-pacifickém** regionu došlo k meziročnímu poklesu ve všech obchodních segmentech především v důsledku napjatého trhového prostředí, jež převládalo v Číně.

Obrat divize Consumer Brands

Obrat obchodní divize Consumer Brands dosáhl ve třetím **čtvrtletí 2023** hodnoty 2 695 milionů eur, což ve srovnání se stejným čtvrtletím předchozího roku představuje **nominální** pokles o 7,6 %. **Organicky** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodejů) se její obrat

zvýšil o 6,2 %. K uvedenému zvýšení přispěl dvouciferný nárůst cen i přes snížení objemu prodeje, jež byl částečně způsoben i pokračující optimalizací produktového portfolia. Negativní příspěvek kurzových vlivů k vývoji obratu představoval 6,3 % a aktivace/odprodeje přispěly k jeho poklesu 7,5 %.

Za **prvních devět měsíců roku 2023** dosáhla obchodní divize Consumer Brands celkového obratu ve výši 8 060 milionů eur, což meziročně představuje nominální snížení o 2,3 %. Díky vyšším cenám ovšem obrat **organicky** vzrostl o 5,9 %.

Obrat divize Consumer Brands

v milionech eur	Q3/2022	Q3/2023	1-9/2022	1-9/2023
Obrat	2 916	2 695	8 251	8 060
Podíl na obratu skupiny	50 %	50 %	50 %	49 %
Meziroční změna	11,5 %	-7,6 %	6,8 %	-2,3 %
Kurzové vlivy	5,7 %	-6,3 %	2,8 %	-4,2 %
Upraveno o kurzové vlivy	5,8 %	-1,3 %	3,9 %	1,9 %
Akvizice/odprodeje	0,8 %	-7,5 %	-1,0 %	-4,0 %
Organicky	5,0 %	6,2 %	5,0 %	5,9 %
Z toho cena	13,7 %	11,9 %	10,2 %	13,3 %
Z toho objem	-8,7 %	-5,7 %	-5,2 %	-7,5 %

Segment **pracích a čistících prostředků pro domácnost** dosáhl ve třetím čtvrtletí velmi silného organického růstu obratu na úrovni 5,8 %. Organický obrat se výrazně zvýšil v segmentu pracích prostředků především díky dvoucifernému růstu v kategorii přípravků pro péči o textilie. Velmi silný růst zaznamenal také segment čistících produktů pro domácnost, k němuž nejvíce přispělo výrazné zvýšení obratu v kategorii toaletních produktů.

Segment **vlasové kosmetiky** zaznamenal ve třetím čtvrtletí výrazný organický růst obratu na úrovni 8,9 %. Oblast spotřebního zboží dosáhla dvouciferného růstu zejména díky výsledkům v kategoriích stylingových vlasových přípravků a vlasové kosmetiky. Kategorie profesionální vlasové kosmetiky dosáhla velmi silného organického růstu obratu.

Ostatní spotřebitelské segmenty vykazaly ve třetím čtvrtletí mírně negativní vývoj organického obratu na úrovni 0,6 %, jež byl částečně způsoben opatřeními pro optimalizaci produktového portfolia.

Vývoj obratu podle obchodních segmentů

v milionech eur	Obrat			
	Třetí čtvrtletí 2023	Q3/2022	Q3/2023	*/- Organicky
Consumer Brands	2 916	2 695	-7,6 %	6,2%
Prací a čisticí prostředky	1 902	1 726	-9,3 %	5,8 %
Vlasová kosmetika	799	779	-2,5 %	8,9 %
Ostatní spotřebitelské segmenty	214	190	-11,1 %	-0,6 %
Leden – září 2023	1-9/2022	1-9/2023		
Consumer Brands	8 251	8 060	-2,3 %	5,9 %
Prací a čisticí prostředky	5 396	5 179	-4,0 %	5,5 %
Vlasová kosmetika	2 254	2 347	4,1 %	8,3 %
Ostatní spotřebitelské segmenty	601	534	-11,0 %	-0,2 %

Z geografického hlediska se obchodní divizi Consumer Brands ve třetím čtvrtletí dařilo ve všech regionech kromě asijsko-pacifického. V **Evropě** se organický obrat zvýšil zejména díky výsledkům v obchodním segmentu vlasové kosmetiky. Region **Severní Ameriky** dosáhl velmi silného růstu organického obratu, k němuž přispěly všechny obchodní segmenty. Také **latinskoamerické** trhy zaznamenaly velmi silný organický růst obratu, k němuž přispěl zejména segment vlasové kosmetiky. Dvouciferného organického růstu obratu, na němž se podílely jak segment pracích a čisticích prostředků pro domácnost, tak segment vlasové kosmetiky, se podařilo dosáhnout v regionu IMEA. V důsledku negativního vlivu na segment vlasové kosmetiky způsobeného hlavně útlumem na čínském trhu organický vývoj obratu v **asijsko-pacifickém** regionu zaostal za úrovněmi ze stejného čtvrtletí předchozího roku.

Čistá aktiva a finanční pozice skupiny

V čistých aktivech a finanční pozici skupiny nedošlo v sledovaném období k podstatným změnám ve srovnání se situací k 30. červnu 2023.

Výhled skupiny Henkel

Na základě obchodních výsledků za prvních devět měsíců roku 2023 a předpokládaného vývoje do konce aktuálního finančního roku se představenstvo společnosti Henkel AG & Co. KGaA rozhodlo zlepšit svůj výhled na finanční rok 2023.

Na **úrovni skupiny** společnost Henkel nyní očekává organický růst obratu ve finančním roku 2023 v rozsahu 3,5 % až 4,5 % (původně: 2,5 až 4,5 %). V případě divize **Adhesive Technologies** se očekává organický růst obratu mezi 2,5 až 3,5 % (původně: 2,0 až 4,0 %) a v případě divize **Consumer Brands** v rozsahu 5,0 až 6,0 % (původně: 3,0 až 5,0 %).

Za **skupinu Henkel se upravená výnosnost prodeje** (marže EBIT) nyní očekává v rozsahu 11,5 až 12,5 % (původně: 11,0 až 12,5 %). Upravená výnosnost prodeje divize **Adhesive Technologies** by měla dosáhnout 14,0 až 15,0 % (původně: 13,5 až 15,0 %) a v případě obchodní divize **Consumer Brands** by se měla pohybovat na úrovni 10,0 až 11,0 % (původně: 9,5 až 11,0 %).

V případě **upravených výnosů na prioritní akciích (EPS)** při konstantních kurzových sazbách se výhled zvýšil na 15,0 až 25,0 % (původně: 5,0 až 20,0 %).

Kromě toho jsme aktualizovali tyto předpoklady pro rok 2023:

- Náklady na restrukturalizaci ve výši přibližně 300 milionů eur (původně: 300 až 250 milionů eur)
- Záporné peněžní toky z investic do budov, strojů a zařízení a do nemovitého jmění ve výši přibližně 650 milionů eur (původně: 650 až 700 milionů eur)

Následná očekávání pro rok 2023 zůstávají stejná:

- Vliv kurzového vývoje na obrat: negativní vliv ve středu jednociferného procentuálního pásma¹
- Vliv sloučení a akvizic na obrat: negativní vliv ve středu jednociferného procentuálního pásma²
- Ceny přímých vstupních materiálů: zvýšení ve spodní části jednociferného procentuálního pásma¹

¹ Oproti průměru předchozího roku.

² Včetně vlivu ukončení podnikatelských aktivit v Ruské federaci.

Upravená struktura vykazování účinná od 1. čtvrtletí 2023

Vzhledem k upravené struktuře vykazování, která je v platnosti od prvního čtvrtletí 2023 (podrobnější informace naleznete ve zprávě společnosti Henkel za první pololetí, strana 5), údaje za předchozí rok uváděné za obchodní divizi Consumer Brands, za obchodní segmenty v rámci obou obchodních divizí a za Evropu, region IMEA a asijsko-pacifický region jsou v souladu s novou strukturou.

Poznámka: Veškeré číselné údaje v tomto dokumentu jsou komerčně zaokrouhleny. Jejich součet se může od uvedených celkových výsledků lišit.

O společnosti Henkel

Díky svým značkám, inovacím a technologiím je společnost Henkel světovým lídrem na trzích s průmyslovým a spotřebním zbožím. Obchodní divize Adhesive Technologies je globálním lídrem na trhu se spojovacími a lepicími materiály, tmely a funkčními nátěry. Obchodní divize Consumer Brands se drží na předních místech na mnoha světových trzích především v segmentech vlasové kosmetiky a pracích a čistících prostředků pro domácnost. Mezi tři nejsilnější značky společnosti patří Loctite, Persil a Schwarzkopf. Ve finančním roce 2022 vykázala společnost Henkel obrat ve výši přes 22 mld. eur a upravený provozní zisk přibližně ve výši 2,3 mld. eur. Prioritní akcie společnosti Henkel jsou kótovány na německém akciovém indexu DAX. Udržitelnost patří již dlouho k tradičním prioritám společnosti Henkel, přičemž k plnění konkrétních cílů má společnost vypracovanou jasnou strategii dlouhodobé udržitelnosti. Společnost Henkel byla založena v roce 1876 a dnes celosvětově zaměstnává přes 50 000 zaměstnanců, již spojuje silná firemní kultura, společné hodnoty a společné poslání: „Pioneers at heart for the good of generations“. Více informací najdete na stránkách www.henkel.com.

Tento dokument obsahuje stanoviska týkající se budoucího obchodního vývoje, finančních výsledků a dalších událostí nebo skutečností relevantních pro společnost Henkel z pohledu budoucího rozvoje. Stanoviska týkající se budoucího vývoje charakterizuje použití takových slovních zvrátů jako „očekávat“, „zamýšlet“, „plánovat“, „předpokládat“, „domnívat se“, „odhadovat“ a podobných výrazů. Tento dokument obsahuje výhledová stanoviska opírající se o aktuální odhady a předpoklady vypracované managementem společnosti Henkel AG & Co. KGaA. Tato stanoviska nelze chápat jako zaručující jakýmkoli způsobem, že dané predikce jsou přesné. Budoucí výkonnost i reálně dosažené výsledky společnosti Henkel AG & Co. KGaA a jejích sesterských společností závisí na celé řadě rizikových faktorů a nejistot, a proto se mohou podstatně odklánět od výhledových stanovisek. Na mnohé z nich společnost Henkel nemá přímý dosah a předem je nelze přesně odhadnout, jako například, jaké bude ekonomické prostředí v budoucnosti a jaké budou kroky konkurentů a jiných subjektů působících na trhu. Společnost Henkel nemá v úmyslu a ani nepřijme kroky k aktualizaci těchto stanovisek.

Tento dokument obsahuje doplňkové finanční ukazatele, které nejsou jasně definovány v platném rámci účetního výkaznictví, které představují nebo mohou představovat alternativní ukazatele finanční výkonnosti. Tyto doplňující finanční ukazatele by neměly být vykládány zvlášť nebo jako alternativní ukazatele k ukazatelům čistých aktiv a finančních pozic společnosti Henkel nebo k výsledkům podnikání, které jsou v souladu s platným rámcem účetního výkaznictví prezentovány v konsolidované účetní závěrce společnosti. Jiné společnosti, které vykazují nebo uvádějí alternativní ukazatele výkonnosti s podobnými názvy, mohou počítat jejich hodnoty odlišně.

Tento dokument slouží výlučně k informačním účelům a nepředstavuje investiční radu ani nabídku k prodeji nebo koupi jakýchkoli cenných papírů.

Finanční kalendář

Zveřejnění zprávy za finanční rok 2023:

pondělí, 4. března 2024

Výroční valná hromada společnosti Henkel AG & Co. KGaA v roce 2024:

pondělí, 22. dubna 2024

Zveřejnění zprávy za první čtvrtletí 2023:

středa, 8. května 2024

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Ředitelka korporátní komunikace CEE

Telefon: +421 917 160 597

E-mail: zuzana.kanuchova@henkel.com