

2024 Üçüncü Çeyrek Finansal Açıklama

Temmuz–Eylül

2024 mali yılına yönelik öngörü teyit edildi.

Henkel büyüme ivmesini üçüncü çeyrekte de devam ettirdi

- Grup satışları yüzde +3,3 oranında organik büyüme ile, yaklaşık 5,5 milyar Euro seviyesine yükseldi.
- Organik satış artışı, her iki iş biriminin katkısıyla gerçekleşti:
 - Yapılandırıcı Teknolojileri, yüzde +3,7 oranında güçlü bir organik satış büyümesi kaydetti.
 - Tüketici Markaları yüzde +2,7 oranında iyi bir organik satış büyümesi bildirdi.
- Net sıfır yol haritası ile iddialı iklim koruma hedefleri daha da ileriye taşındı: Sera gazı emisyonlarının 2045 yılına kadar net sıfıra indirilmesi hedefleniyor.
- 2024 mali yılı için satış ve karlılık hedefleri teyit edildi – karlılık aralıklarının üst yarısına ulaşma olasılığının yüksek olduğu belirtildi.

Düsseldorf, 6 Kasım 2024 – Henkel, **2024'ün üçüncü çeyreğinde Grup satışlarını** yaklaşık 5,5 milyar Euro seviyesine yükseltti. Bu rakam, iyi bir fiyat gelişimi ve Grup düzeyinde genel olarak olumlu bir miktar trendiyle yönlendirilen yüzde 3,3 oranındaki güçlü organik büyümeye karşılık geliyor. Nominal olarak satışlar bir önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla yüzde 1,0 oranında arttı.

"Henkel'in başarılı ilerleyişini üçüncü çeyrekte de sürdürdük. Bu gelişmeye, her iki iş birimi de daha güçlü organik büyüme ile katkıda bulundu. Aynı zamanda, üçüncü çeyrekte güçlü brüt kar marjları elde ettik ve bu sayede iş birimlerimize ve markalarımıza yaptığımız yatırımları artırmaya devam edebildik. Düzeltilmiş VFÖK marjı da buna paralel olarak güçlü bir gelişim gösterdi. Bu da büyüme gündemimizde doğru yolda olduğumuzu gösteriyor" şeklinde konuşan Henkel CEO'su Carsten Knobel sözlerini şöyle sürdürdü:

"2024 mali yılının, Henkel adına yine başarıyla geçen bir yıl olacağına ve yıl içinde yükselttiğimiz satış ve karlılık hedeflerimize ulaşacağımıza inanıyoruz. Bu nedenle, bugün **öngörümüzü** bir kez daha teyit ettik. Yılın başından bu yana elde edilen güçlü performansa dayanarak, Grup genelinde hem düzeltilmiş VFÖK marjı hem de düzeltilmiş hisse başına karlılık (EPS) büyümesi açısından hedef aralıkların üst yarısına ulaşma konusunda net bir fırsat görüyoruz."

Henkel **stratejik büyüme gündeminin** hayata geçirilmesinde de daha fazla ilerleme kaydetti. Bu bağlamda Henkel, sürdürülebilirlik konusundaki taahhütlerini daha da güçlendiriyor. Bu süreçte, Henkel tüm değer zinciri boyunca emisyonların azaltılmasına yönelik genişletilmiş hedefler içeren bir **net sıfır yol haritası** geliştirdi.

Carsten Knobel konuyla ilgili görüşlerini şöyle ifade etti: "Hepimiz sorumluluk almalı ve Paris İklim Anlaşması'nda belirlendiği üzere, küresel ısınmanın 1,5°C ile sınırlandırılmasına yardımcı olmalıyız. Bilime Dayalı Hedefler girişimi (Science Based Targets initiative - SBTi) tarafından doğrulanan yol haritamız, sera gazı emisyonlarını 2045 yılına kadar net sıfıra indirmek için neler yaptığımızı ortaya koyuyor. Bu hedefe ulaşmak için, değer zinciri boyunca geniş ölçekli tedbirler uygulayacağız."

İş Birimine Göre Satışlardaki Değişim

Milyon Euro	Satışlar		+/-	Organik
	Q3/2023	Q3/2024		
Üçüncü Çeyrek				
Henkel Grup	5.440	5.492	%1,0	%3,3
Yapıştırıcı Teknolojileri	2.711	2.800	%3,3	%3,7
Tüketici Markaları	2.695	2.653	%-1,6	%2,7
Ocak-Eylül	1-9/2023	1-9/2024		
Henkel Grup	16.366	16.305	%-0,4	%3,0
Yapıştırıcı Teknolojileri	8.186	8.275	%1,1	%2,5
Tüketici Markaları	8.060	7.919	%-1,8	%3,7

Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi, üçüncü çeyrekte tüm iş alanlarının katkısıyla güçlü bir organik satış büyümesi gerçekleştirdi. **Tüketici Markaları** İş Birimi'ndeki iyi organik satış büyümesi ise ağırlıklı olarak global Saç iş alanından kaynaklandı.

Grup Genelinde Satış Performansı

2024 yılı üçüncü çeyreğinde, Grup genelindeki **satışlar, nominal olarak** yüzde 1,0 oranında artarak 5,492 milyar Euro seviyesine yükseldi. Satın alma/elden çıkarmaların etkisi, yüzde 1,2 oranında satış artışı olarak yansıdı. Döviz kurları ise satış performansı üzerinde yüzde -3,6 oranında negatif bir etki yarattı. **Organik** (döviz kurları ve satın alma/elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) olarak ise satışlar yüzde 3,3 oranında artış gösterdi. Bu büyüme, fiyatlardaki iyi düzeydeki gelişmenin yanı sıra Grup düzeyinde gerçekleşen genel olarak pozitif miktar gelişiminden kaynaklandı.

2024'ün ilk dokuz ayında satışlar toplam 16,305 milyar Euro'ya ulaştı. Bu, **nominal** olarak yüzde -0,4 oranında düşüşe karşılık geliyor. **Organik olarak** Henkel, hem fiyat hem de miktardaki gelişmelerle desteklenen yüzde 3,0 seviyesinde güçlü satış büyümesi elde etti.

Grup Genelinde Satış Performansı

Milyon Euro	Q3/2023	Q3/2024	1-9/2023	1-9/2024
Satışlar	5.440	5.492	16.366	16.305
Geçen yıla kıyasla değişim	%-9,0	%1,0	%-3,1	%-0,4
Döviz kuru	%-6,3	%-3,6	%-3,9	%-2,4
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%-2,7	%4,5	%0,8	%2,1
Satın alma/elden çıkarmalar	%-5,5	%1,2	%-3,4	%-1,0
Organik	%2,8	%3,3	%4,1	%3,0
Fiyata göre	%8,3	%2,1	%10,8	%2,4
Miktara göre	%-5,5	%1,2	%-6,7	%0,6

Üçüncü çeyrekteki organik satış büyümesi **Avrupa, IMEA, Asya-Pasifik** ve **Latin Amerika** bölgelerinden kaynaklandı. **Kuzey Amerika** bölgesi her iki iş biriminde de negatif bir organik satış değişimi kaydetti.

Bölgelere Göre Satış Performansı

Milyon Euro	Avrupa	IMEA	Kuzey Amerika	Latin Amerika	Asya-Pasifik	Kurumsal	Henkel Grup
Satışlar ¹ Temmuz–Eylül 2024	2.047	580	1.509	401	915	40	5.492
Satışlar ¹ Temmuz–Eylül 2023	2.040	594	1.517	420	837	34	5.440
Geçen yıla kıyasla değişim	%0,4	%-2,3	%-0,5	%-4,4	%9,3	–	%1,0
Organik	%0,7	%19,6	%-1,7	%6,1	%6,4	–	%3,3
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı 2024	%37	%11	%27	%7	%17	%1	%100
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı 2023	%37	%11	%28	%8	%15	%1	%100

¹ Şirketin bulunduğu lokasyona göre.

Ayrıca **2024'ün ilk dokuz ayında**, Henkel'in güçlü organik satış büyümesi, Kuzey Amerika hariç tüm bölgelerin katkısıyla gerçekleşti.

Bölgelere Göre Satış Performansı

Milyon Euro	Avrupa	IMEA	Kuzey Amerika	Latin Amerika	Asya-Pasifik	Kurumsal	Henkel Grup
Satışlar¹ Ocak-Eylül 2024	6.118	1.712	4.542	1.265	2.556	111	16.305
Satışlar ¹ Ocak-Eylül 2023	6.324	1.610	4.621	1.254	2.438	120	16.366
Geçen yıla kıyasla değişim	%-3,3	%6,4	%-1,7	%0,8	%4,9	-	%-0,4
Organik	%1,4	%20,6	%-1,6	%2,1	%5,8	-	%3,0
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı							
2024	%38	%11	%28	%8	%16	%1	%100
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı							
2023	%39	%10	%28	%8	%15	%1	%100

¹ Şirketin bulunduğu lokasyona göre.

Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi, **2024'ün üçüncü çeyreğinde** 2,800 milyar Euro'luk **satış** gerçekleştirdi. Bu rakam, bir önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla yüzde 3,3 seviyesindeki nominal bir artışı temsil ediyor (önceki yıl: 2,711 milyar Euro). **Organik** (döviz kurları ve satın alma/elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) olarak ise satışlar yüzde 3,7 oranında artış gösterdi. Bu büyüme miktardaki güçlü gelişimden kaynaklanırken, fiyatlar önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla sabit kaldı. Kur etkileri, satışları yüzde -3,3 oranında düşürdü. Satın alma ve elden çıkarmalar, satışlar üzerinde yüzde 2,8 oranında olumlu bir etki yarattı.

2024'ün ilk dokuz ayında, Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi satışları yüzde 1,1 oranındaki **nominal** büyümeye 8,275 milyar Euro düzeyinde gerçekleşti. **Organik olarak** ise ağırlıklı olarak miktar ile desteklenen yüzde 2,5 oranında iyi bir satış büyümesi kaydedildi.

Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

Milyon Euro	Q3/2023	Q3/2024	1-9/2023	1-9/2024
Satışlar	2.711	2.800	8.186	8.275
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%50	%51	%50	%51
Geçen yıla kıyasla değişim	%-9,5	%3,3	%-3,3	%1,1
Döviz kuru	%-6,5	%-3,3	%-3,6	%-2,4
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%-3,0	%6,5	%0,3	%3,5
Satın alma/elden çıkarmalar	%-3,8	%2,8	%-3,0	%0,9
Organik	%0,8	%3,7	%3,3	%2,5
Fiyata göre	%4,9	%-0,2	%8,3	%0,1
Miktara göre	%-4,1	%3,9	%-5,0	%2,4

Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi'nin üçüncü çeyrekteki ortaya koyduğu güçlü organik satış büyümesi, üç iş alanının tümünün katkısıyla gerçekleşti. **Mobilite ve Elektronik** iş alanı, yüzde 3,9 oranında güçlü bir organik satış artışı elde etti. Bu artışta Elektronik iş kolundaki çift haneli büyüme ve Endüstriyel iş kolundaki çok güçlü büyüme etkili oldu. Otomotiv iş kolundaki satışlar, pazar talebindeki yavaşlama nedeniyle genel olarak düşüş gösterdi. **Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri** iş alanı yüzde 2,7 oranında iyi organik satış büyümesi kaydetti. Bu büyüme, talepteki iyileşme ile desteklenen Ambalajlama iş kolundaki güçlü organik satış büyümesiyle sağlandı. Tüketici Ürünleri iş kolunda ise pozitif organik satış büyümesi kaydedildi. **Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel** iş alanı yüzde 4,5 oranında organik satış büyümesi ortaya koydu. Bu büyümeye, hem Genel İmalat & Bakım hem de Tüketici Ürünleri & Nalburiye iş kollarının çok güçlü satış artışları katkıda bulundu. İnşaat iş kolu ise iyi bir büyüme kaydetti.

İş Alanına Göre Satışlardaki Değişim

Milyon Euro	Satışlar			
Üçüncü Çeyrek	Q3/2023	Q3/2024	+/-	Organik
Yapıştırıcı Teknolojileri	2.711	2.800	%3,3	%3,7
Mobilite ve Elektronik	980	989	%1,0	%3,9
Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri	855	841	%-1,6	%2,7
Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel	876	969	%10,6	%4,5
Ocak-Eylül	1-9/2023	1-9/2024		
Yapıştırıcı Teknolojileri	8.186	8.275	%1,1	%2,5
Mobilite ve Elektronik	2.879	2.926	%1,6	%4,8
Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri	2.588	2.520	%-2,6	%0,5
Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel	2.719	2.829	%4,0	%2,1

Bölgesel bir perspektiften bakıldığında, Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi, üçüncü çeyrekte üç iş alanının tamamının desteğiyle **Avrupa**'da pozitif bir organik satış büyümesi elde etti. Buna karşılık, **Kuzey Amerika** bölgesi, Mobilite & Elektronik ile Ambalajlama & Tüketici Ürünleri iş alanlarındaki gelişmelerden kaynaklanan hafif negatif bir organik satış değişimi gösterdi. **IMEA** bölgesinde, tüm iş alanlarının katkısıyla çift haneli organik satış büyümesi elde edildi. **Latin Amerika** bölgesi, özellikle Mobilite & Elektronik ile Nalburiye, İnşaat & Profesyonel iş alanlarının etkisiyle önemli bir organik satış büyümesi kaydetti. **Asya-Pasifik** bölgesi, her üç iş alanının da katkıda bulunduğu çok güçlü bir organik satış büyümesi gösterdi. Özellikle Çin'deki iş alanlarının gelişimi, büyümeye son derece olumlu bir etki yaptı.

Tüketici Markaları Satış Performansı

Tüketici Markaları İş Birimi'nde, **2024 yılının üçüncü çeyreğinde satışlar** 2,653 milyar Euro olarak gerçekleşti. Bu rakam, önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla nominal olarak yüzde -1,6 oranında bir düşüşü ifade etmektedir.

Organik olarak (döviz kuru etkileri ve satın alma/elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) iş birimi, süregelen çok güçlü fiyatlandırma bileşeni sayesinde yüzde 2,7 oranında iyi bir satış artışı elde etti. Miktardaki değişim, devam eden portföy optimizasyonu tedbirlerinden olumsuz etkilendi. Kur etkileri, satışları yüzde -3,9 oranında düşürdü. Satın alma/elden çıkarmalar ise satışların yüzde -0,4 oranında daha azalmasına neden oldu.

2024'ün ilk dokuz ayında Tüketici Markaları **satışları** bir önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla yüzde -1,8 oranındaki **nominal** düşüşle 7,919 milyar Euro olarak gerçekleşti. **Organik olarak**, satışlar fiyatlandırmanın etkisiyle yüzde 3,7 oranında arttı.

Tüketici Markaları Satış Performansı

Milyon Euro	Q3/2023	Q3/2024	1-9/2023	1-9/2024
Satışlar	2.695	2.653	8.060	7.919
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%50	%48	%49	%49
Geçen yıla kıyasla değişim	%-7,6	%-1,6	%-2,3	%-1,8
Döviz kuru	%-6,3	%-3,9	%-4,2	%-2,6
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%-1,3	%2,3	%1,9	%0,8
Satın alma/elden çıkarmalar	%-7,5	%-0,4	%-4,0	%-2,9
Organik	%6,2	%2,7	%5,9	%3,7
Fiyata göre	%11,9	%4,4	%13,3	%4,9
Miktara göre	%-5,7	%-1,7	%-7,5	%-1,2

Üçüncü çeyrekte **Çamaşır ve Ev Bakım** iş alanı yüzde 0,9 oranında pozitif bir organik satış büyümesi elde etti. Çamaşır Bakım iş kolunda, ağırlıklı olarak portföy optimizasyon tedbirlerinden kaynaklanan hafif negatif bir organik satış değişimi yaşandı. Buna karşılık, Ev Bakım iş kolu, özellikle Bulaşık kategorisindeki çift haneli satış artışı ve Tuvalet Bakım kategorisindeki çok güçlü büyümeyle desteklenen önemli bir organik satış büyümesi gerçekleştirdi.

Saç iş alanı yüzde 6,8 oranında çok güçlü bir organik satış artışı elde ederken, Tüketici Ürünleri de özellikle Saç Şekillendirme kategorisindeki çift haneli büyümenin etkisiyle satışlarda önemli bir artış kaydetti. Profesyonel iş alanı, çok güçlü bir organik satış büyümesi gerçekleştirdi.

Diğer Tüketici Ürünleri iş alanları, özellikle Avrupa'daki çok güçlü büyümenin etkisiyle yüzde 2,0 oranında iyi bir organik satış büyümesi kaydetti.

İş Alanına Göre Satışlardaki Değişim

Milyon Euro	Satışlar			
Üçüncü Çeyrek	Q3/2023	Q3/2024	+/-	Organik
Tüketici Markaları	2.695	2.653	%-1,6	%2,7
Çamaşır ve Ev Bakım	1.726	1.649	%-4,4	%0,9
Saç	779	829	%6,3	%6,8
Diğer Tüketici Ürünleri	190	175	%-8,1	%2,0
Ocak-Eylül	1-9/2023	1-9/2024		
Tüketici Markaları	8.060	7.919	%-1,8	%3,7
Çamaşır ve Ev Bakım	5.179	4.974	%-4,0	%2,3
Saç	2.347	2.437	%3,8	%7,1
Diğer Tüketici Ürünleri	534	508	%-4,9	%2,2

Bölgesel açıdan bakıldığında, üçüncü çeyrekte Tüketici Markaları İş Birimi, **Avrupa** bölgesinde pozitif bir organik satış büyümesi elde etti. Saç iş alanı güçlü bir satış artışı kaydederken, Çamaşır ve Ev Bakım iş alanında hafif negatif bir değişim yaşandı. **Kuzey Amerika** bölgesi, ağırlıklı olarak Çamaşır ve Ev Bakım iş alanında uygulanan portföy tedbirleri nedeniyle genel olarak organik satış düşüşü kaydetti. Buna karşın, Kuzey Amerika'daki Saç iş alanı çok güçlü bir büyüme elde etti. **Latin Amerika** bölgesi, Saç iş alanının katkısıyla iyi organik satış büyümesi sergiledi. **IMEA** bölgesi, tüm iş alanlarında çift haneli organik satış artışı elde etti. **Asya-Pasifik** bölgesi ise, hem Saç hem de Çamaşır ve Ev Bakım iş alanlarından sağlanan katkılarla çok güçlü bir organik satış büyümesi gerçekleştirdi.

Grup Net Varlıkları ve Mali Durumu

30 Haziran 2024'teki durum ile kıyaslandığında, incelenen dönemde Grup'a ait net varlıklarda ya da mali durumda kayda değer bir değişiklik gerçekleşmemiştir.

Henkel Grubu Öngörülleri

Henkel, 2024 mali yılında Grup düzeyinde **organik satış büyümesinin** yüzde 2,5 ile 4,5 arasında gerçekleşmesini bekliyor. Yapıştırıcı Teknolojileri için organik satış büyümesinin yüzde 2,0 ile 4,0 aralığında olması bekleniyor. Tüketici Markaları için ise, yüzde 3,0 ile 5,0 aralığında bir organik satış artışı öngörülüyor.

Düzeltilmiş satış kazancının (düzeltilmiş VFÖK marjı) yüzde 13,5 ile 14,5 aralığında gerçekleşmesi bekleniyor. Yapıştırıcı Teknolojileri için düzeltilmiş satış kazancının yüzde 16,0 ile 17,0 aralığında ve Tüketici Markaları için ise yüzde 13,0 ile 14,0 arasında olması öngörülüyor.

Henkel, **imtiyazlı hisse senedi başına karlılık** (EPS) için, sabit kur ile yüzde +20,0 ile +30,0 aralığında bir artış bekliyor.

Bunun yanı sıra, Henkel'in 2024 mali yılına yönelik beklentileri şunlardır:

- Satın almalar/elden çıkarmalar: Nominal satış büyümesi üzerinde nötr etki.
- Döviz kurlarına bağlı satış çevrimi: Düşük ila orta seviyeli tek haneli yüzde aralığında negatif etki.
- Doğrudan malzeme fiyatları: Önceki yılın ortalamasına kıyasla yatay seyreden değişim.
- 250 ile 300 milyon Euro aralığında yeniden yapılandırma giderleri.
- Mülk, fabrika ve ekipman ile maddi olmayan varlıklar için yapılacak yatırımlardan kaynaklanan 650 ile 750 milyon Euro aralığında nakit çıkışları.

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 Çamaşır ve Ev Bakım ile Saç olmak üzere, dünya genelinde pek çok piyasa ve kategoride liderliği bulunmaktadır. Henkel'in en güçlü üç markası Loctite, Persil ve Schwarzkopf markalarıdır. 2023 mali yılında Henkel, 21,5 milyar Euro'nun üzerinde satış ve yaklaşık 2,6 milyar Euro düzeltilmiş faaliyet karı bildirmiştir. Henkel'in imtiyazlı hisse senetleri, Almanya DAX borsa endeksine kayıtlıdır. Sürdürülebilirlik, Henkel'in köklü geleneğinin önemli bir bileşenidir ve şirket somut 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, ortak değerlerde birleşen ve "Pioneers at heart for the good of generations" (Gelecek Nesiller İçin İyiliğe Öncülük Ediyoruz) amacıyla buluşan yaklaşık 48.000 kişiyi istihdam etmektedir. Daha fazla bilgiyi www.henkel.com adresinde bulabilirsiniz.