

4. marec 2015

Spoločnosť Henkel dosiahla finančné ciele na rok 2014

Dobrý výkon v náročnom prostredí

- Obrat vzrástol o 0,4 % na 16 428 miliónov eur (organický rast: +3.4%)
- Prevádzkový zisk *: +2,9 % na 2 588 miliónov eur
- Marža EBIT *: +0,4 percentuálneho bodu na 15,8%
- Zisk na prioritnú akciu* (EPS): +7,6 % na 4,38 eura
- Navrhovaná dividenda: +7,4 % na 1,31 eura na prioritnú akciu

Düsseldorf – „Rok 2014 bol pre Henkel úspešným rokom. V náročnom prostredí, vyznačujúcom sa silnou trhovou konkurenciou, sme dosiahli naše finančné ciele a zaznamenali veľmi dobrý pokrok v realizácii našej stratégie do roku 2016,“ povedal predseda predstavenstva spoločnosti Kasper Rorsted. „Všetky tri obchodné divízie k tomuto dobrému výsledku prispeli svojim ziskovým organickým rastom. Hlavným faktorom nášho rastu boli opätovne rozvíjajúce sa trhy, kde Henkel zaznamenal výrazný organický rast na úrovni takmer 8 %. Ale organický obrat mierne vzrástol aj na rozvinutých trhoch.“

V súvislosti s účtovným rokom 2015 Rorsted uviedol: „Ekonomické prostredie zostáva naďalej zložité a veľmi nestále. Vzhľadom na pokračujúci konflikt medzi Ruskom a Ukrajinou očakávame vo východnej Európe v roku 2015 stagnáciu, sprevádzanú ďalšími tlakmi na ruskú ekonomiku a menu. Budeme pokračovať v prispôbovaní našich procesov a štruktúr v záujme zvýšenia našej flexibility a efektivity. Zameriavame sa na realizáciu našej stratégie s cieľom dosiahnuť náročné finančné ciele, ktoré sme si na rok 2016 stanovili.“

* Upravené o jednorazové zmeny/výnosy a zmeny vyplývajúce z reštrukturalizácie



Výhľad na rok 2015:

„V priebehu celého účtovného roka 2015 očakávame rast organického obratu na úrovni 3 až 5 %. Očakávame, že naša upravená marža EBIT vzrastie na približne 16 % a upravený zisk na prioritnú akciu o približne 10 %,“ zhrnul Rorsted finančné ciele na rok 2015.

Obrat a zisk v roku 2014

Obrat za účtovný rok 2014 dosiahol 16 428 mil. eur, čo bolo mierne vyššie v porovnaní z predchádzajúcim rokom. Bez započítania negatívnych kurzových vplyvov vo výške 4.0 % obrat vzrástol o 4,4 %. **Organický obrat**, ktorý nezohľadňuje kurzové vplyv a akvizície/zníženia stavu majetku zaznamenal solídny nárast na úrovni 3,4 %.

Všetky obchodné divízie zaznamenali solídny rast organického obratu a svojich trhových podielov na relevantných trhoch. Divízia **Laundry & Home Care** dosiahla 4,6-percentný rast organického obratu. Divízia **Beauty Care** dosiahla organický rast o 2 % a divízia **Adhesive Technologies** dosiahla organický rast na úrovni 3,7 %.

Po zohľadnení jednorazových výnosov a nákladov, ako aj nákladov na reštrukturalizáciu, sa **upravený prevádzkový zisk (EBIT)** zvýšil o 2,9 % z 2 516 mil. eur na 2 588 mil. eur. K tomuto pozitívnemu vývoju prispeli všetky tri obchodné divízie. V porovnaní s 2 285 mil. eur za predchádzajúci rok dosiahol vykázaný prevádzkový zisk (EBIT) 2 244 mil. eur.

Upravená výnosnosť predaja (marža EBIT) vzrástla o 0,4 percentuálneho bodu z 15,4 % na 15,8 %. Vykázaná výnosnosť predaja dosiahla 13,7 % v porovnaní so 14 % v minulom roku.

Finančný výsledok sa zlepšil o 64 mil. eur na -49 mil. eur, najmä vďaka zlepšeniu v položke čisté úroky, čo bolo čiastočne spôsobené splatením prioritných dlhopisov v júni 2013 a marci 2014, ako aj uplynutím fixácií úrokových sadzieb v marci 2014. **Daňové zaťaženie** predstavovalo 24,3 % v porovnaní s 25,2 % v predchádzajúcom roku.

Upravený čistý zisk sa po odpočítaní menšinových podielov medziročne zvýšil o 7,5 %, z 1 764 mil. eur na 1 896 mil. eur. Čistý zisk sa zvýšil o 2,3 % z 1 625 mil. eur na 1 662 mil. eur. Po odpočítaní 34 mil. eur z titulu menšinových podielov dosiahol čistý zisk za účtovné obdobie 1 628 mil. eur (1 589 mil. eur v predchádzajúcom roku).

Upravený zisk na prioritnú akciu (EPS) vzrástol o 7,6 % z 4,07 eur na 4,38 eur. Vykázaný EPS vzrástol z 3,67 eur na 3,76 eur.

Predstavenstvo, dozorná rada a výbor akcionárov navrhnu, aby riadne valné zhromaždenie schválilo zvýšenie dividendy na prioritnú akciu o 7,4 % na 1,31 eura (v



predchádzajúcom roku 1,22 eura) a zvýšenie dividendy na kmeňovú akciu o 7,5 % na 1,29 eura. Podobne, ako v predchádzajúcom roku, by tak výplatný pomer dosiahol 30,0 %.

Pomer **čistého prevádzkového kapitálu k obratu** bol opätovne na nízkej úrovni 4,2 %. Avšak najmä kvôli k negatívnym vplyvom devízových trhov a akvizícií bol v porovnaní s predchádzajúcim rokom o 1,9 percentuálneho bodu vyšší.

Čistá finančná pozícia na konci roka dosiahla -153 mil. eur (959 mil. eur v roku 2013), najmä pod vplyvom platieb za akvizície a výplat dividend. Okrem toho, **kapitálové výdavky** vzrástli približne o 19 % na 517 mil. eur z 436 mil. eur v predchádzajúcom roku. V porovnaní s predchádzajúcim rokom dosiahol rast kapitálových výdavkov na rozvíjajúcich sa trhoch 30 %, v dôsledku čoho boli v roku 2014 alokácie investícií medzi rozvinuté a rozvíjajúce sa trhy vyvážené.

Výsledky obchodných divízií

V roku 2014 pokračovala divízia **Laundry & Home Care** v trende zvyšovania svojej ziskovosti. Výrazným zvýšením svojho organického obratu o 4,6 % tak výrazne predstihla stagnujúci vývoj na relevantných trhoch. V nominálnom vyjadrení sa obrat zvýšil o 1 % na 4 626 miliónov eur.

Pod výrazný organický rast v roku 2014 sa opätovne podpísali rozvíjajúce sa trhy, na ktorých dosiahol rast dvojciferné hodnoty. Rast obratu vo východnej Európe bol veľmi slušný, napriek rastúcej konkurencii v jednotlivých krajinách regiónu. Región Afriky a Blízkeho východu opätovne zaznamenal dvojciferný rast, a to napriek pretrvávajúcej politickej neistote a prebiehajúcej občianskej vojne v Sýrii. Obrat v Latinskej Amerike vzrástol veľmi výrazne, najmä vďaka úspešnému uvedeniu značky Persil, ktorá na trh regiónu vstúpila v roku 2011. Rovnako výrazný rast zaznamenal aj obrat v Ázii (okrem Japonska).

V porovnaní s predchádzajúcim rokom došlo k miernemu poklesu obratu na rozvinutých trhoch, pričom výsledky boli regionálne diferencované. Obrat v Severnej Amerike poklesol na pozadí trhového prostredia ovplyvneného intenzívnou cenovou a reklamnou konkurenciou. Tento pokles však kompenzoval nárast obratu v západnej Európe.

Upravený prevádzkový zisk sa zvýšil o 4,8 % na 749 mil. eur. Upravená výnosnosť predaja sa zvýšila o 0,6 percentuálneho bodu na rekordných 16,2 %. Vykázaný prevádzkový zisk dosiahol 615 mil. eur, v porovnaní so 682 mil. eur v predchádzajúcom roku.



Divízia **Beauty Care** tiež zaznamenala solídny rast obratu v súlade s trendom z predchádzajúcich rokov. Pri slušnom raste organického obratu o 2 % sa celkový rast divízie opätovne dostal nad priemer dosahovaný na relevantných trhoch. V nominálnom vyjadrení sa **obrat** zvýšil o 1,0 % z 3 510 mil. eur v predchádzajúcom roku na 3 547 mil. eur.

Z regionálneho hľadiska dosiahla spoločnosť obzvlášť výrazné výsledky na rozvíjajúcich sa trhoch, pričom sa jej podarilo zopakovať úspechy z predchádzajúcich rokov v Ázii (s výnimkou Japonska) a dosiahnuť dvojciferný rast organického obratu, najmä vďaka výraznému príspevku jej obchodných činností v Číne. Napriek politickej nestabilite bol rast v regióne Afriky/Blízkeho východu veľmi výrazný a rast v regióne východnej Európy solídny. Obrat v Latinskej Amerike poklesol, najmä vďaka zložitej situácii na venezuelskom trhu.

Organický obrat na rozvinutých trhoch bol mierne záporný. Avšak divízia Beauty Care zaznamenala v západnej Európe pozitívny rast, napriek celkovej trhovej stagnácii a, v niektorých krajinách, trhovej kontrakcii. Naproti tomu, obrat na rozvinutých trhoch ázijsko-pacifického a severoamerického regiónu nedosiahol úroveň predchádzajúceho roka.

Upravený prevádzkový zisk sa v porovnaní s predchádzajúcim rokom zvýšil o 3,5 % na 544 mil. eur, čo je historicky najlepší výsledok divízie. Upravená výnosnosť predaja sa zvýšila o 0,3 percentuálneho bodu na 15,3 %. Vykázaný prevádzkový zisk dosiahol 421 mil. eur v porovnaní so 474 mil. eur v predchádzajúcom roku.

Divízia **Adhesive Technologies** aj v roku 2014 pokračovala v trende zvyšovania svojho rastu a ziskovosti, pričom jej rast organického obratu na úrovni 3,7 % bol nad trhovým priemerom. Vykázaný **obrat** vo výške 8 127 mil. eur bol mierne nad úrovňou predchádzajúceho roka, kedy dosiahol 8 117 mil. eur.

Nárast organického obratu bol spôsobený predovšetkým veľmi dobrými výsledkami divízie na rozvíjajúcich sa trhoch. Najvyššia, až dvojciferná miera rastu obratu, bola zaznamenaná v regióne Afriky/Blízkeho východu. Rast obratu v Ázii (okrem Japonska) bol veľmi silný, pričom obrat v Latinskej Amerike vzrástol tiež veľmi výrazne. V organickom vyjadrení bol rast obratu vo východnej Európe celkovo solídny, napriek zložitej politickej situácii, ktorá ovplyvňuje obchodnú činnosť v niektorých častiach regiónu.

Organický obrat na rozvinutých trhoch prekročil úroveň predchádzajúceho roka. Kým obrat v regióne Severnej Ameriky nedosiahol úroveň predchádzajúceho roka, rozvinuté trhy v ázijsko-tichomorskom regióne zaznamenali solídny rast. Výsledky obchodnej činnosti v západnej Európe boli pozitívne.



Upravený prevádzkový zisk sa zvýšil o 2,3 % na 1 402 mil. eur, čo je historicky najvyššia úroveň. Upravená výnosnosť predaja sa zvýšila o 0,3 percentuálneho bodu na 17,2 %. Prevádzkový zisk narástol o 5,9 % na 1 345 mil. eur.

Výsledky v regiónoch

V trhovo orientovanom a vysoko konkurenčnom prostredí sa obrat v krajinách **západnej Európy** zvýšil o 2,6 %, na 5 724 mil. eur. Nárast organického obratu bol 1,7 %. Z tohto dôvodu spoločnosť dokázala kompenzovať dopad recesie v regióne južnej Európy. Obrat vo **východoeurópskom regióne** medziročne klesol na 2 854 mil. eur v dôsledku výraznej devalvácie ruského rubľa ako aj ďalších mien v tomto regióne a aj v dôsledku konfliktu medzi Ruskom a Ukrajinou. Avšak organický obrat sa zvýšil o 4,5 % a to predovšetkým vďaka výsledkom v Turecku a Rusku. I napriek negatívnym vplyvom kurzových zmien a politickým a spoločenským nepokojom v niektorých krajinách, obrat v regióne **severnej Afriky a Blízkeho východu** nominálne vzrástol o 4,9 % na 1 133 mil. eur. Nárast organického obratu bol 16,9 %, k čomu prispeli všetky obchodné divízie.

Obrat v **Severnej Amerike** negatívne ovplyvnila predovšetkým tvrdá cenová a propagačná konkurencia v biznise spotrebných tovarov. Obrat vo výške 2 884 mil. eur predstavoval pokles o 1,5 % percent oproti obratu z predchádzajúceho roka. Organický obrat klesol o 2,9 %. Obrat v regióne **Latinskej Ameriky** vo výške 1 029 mil. eur bol nižší ako minuloročný obrat v dôsledku negatívneho vplyvu kurzových zmien. Avšak organický obrat sa zvýšil o 4,4 %, predovšetkým vďaka výsledkom obchodnej činnosti v Mexiku. Obrat v **ázijsko-tichomorskom** regióne medziročne vzrástol o 6,0 % na 2 676 mil. eur. Organický obrat vzrástol o 8,2 %. Táto veľmi výrazná výkonnosť bola podmienená predovšetkým dvojciferným rastom v Číne a výrazným rastom v Indii.

V dôsledku negatívnych vplyvov kurzových zmien, obrat na rýchlo sa rozvíjajúcich a perspektívnych trhoch východnej Európy, Afriky a Stredného východu, Latinskej Ameriky a Ázie (vynímajúc Japonsko) medziročne vzrástol len nepatrne na 7 249 mil. eur. Avšak organický obrat zaznamenal výrazný nárast o 7,8 %, pričom ho potiahli všetky tri obchodné divízie. Opäť to boli práve rýchlo sa rozvíjajúce trhy, ktoré prispeli rozhodujúcim podielom k nárastu organického obratu v roku 2014. Podiel obratu rýchlo sa rozvíjajúcich trhov v objeme 44 % je konštantne zachovaný.

Obchodná činnosť v štvrtom štvrtroku 2014

Obrat v štvrtom štvrtroku 2014 sa zvýšil o 7,1 % z 3 852 mil. eur na 4 126 mil. eur. **Organický obrat**, s vylúčením vplyvu kurzových zmien a akvizícií/zníženia majetku, sa zvýšil o 3,9 %. **Prevádzkový zisk upravený** o jednorazové náklady a



výnosy a reštrukturalizačné náklady sa zvýšil o 3,1 %, z 584 mil. eur na 602 mil. eur. V porovnaní so 464 mil. eur za rovnaký štvrťrok predchádzajúceho roka, vykázaný prevádzkový zisk (EBIT) klesol na 444 mil. eur.

Upravená výnosnosť predaja (marža EBIT) dosiahla 14,6 % v porovnaní s 15,2 % vo štvrtom štvrťroku predchádzajúceho roka. Vykázaná výnosnosť predaja dosiahla 10,8 % oproti 12,1 % za rovnaké obdobie predchádzajúceho roka. **Upravený čistý zisk v danom štvrťroku** po odpočítaní menšinových podielov medziročne vzrástol o 6,6 %, z 410 mil. eur na 437 mil. eur. Čistý štvrťročný zisk dosiahol 310 mil. eur v porovnaní s 321 mil. eur v predchádzajúcom roku. Po odpočítaní menšinových podielov vo výške 12 mil. eur dosiahol čistý štvrťročný zisk hodnotu 298 mil. eur (320 mil. eur za rovnaký štvrťrok predchádzajúceho roka). **Zisk na prioritnú akciu (EPS)** boli na úrovni 0,69 eur v porovnaní s 0,74 eur za štvrtý štvrťrok 2013. Po úpravách sa táto hodnota medziročne zvýšila o 7,4 %, z 0,94 eur na 1,01 eur.

Pokrok v realizácii stratégie

V priebehu účtovného roka 2014 sa spoločnosti Henkel podarilo zásadne pokročiť v implementácii svojej stratégie pre obdobie do roku 2016 a to vo všetkých štyroch strategických prioritách: Outperform (Prekonať), Globalize (Globalizovať), Simplify (Zjednodušovať) a Inspire (Inšpirovať).

Outperform: Outperform alebo prekonať konkurenciu

Aj v roku 2014 spoločnosť Henkel pokračovala v posilňovaní svojich top značiek. Tri top značky Persil, Schwarzkopf a Loctite vytvorili obrat asi 5 miliárd eur. Podiel najlepších desiatich značiek spoločnosti na celkovom obrate vzrástol z 57 % na 59 %, pričom cieľ stanovený na rok 2016 je na úrovni 60 %. Rozhodujúcim faktorom úspechu spoločnosti Henkel boli úspešné inovácie produktov v rámci všetkých obchodných divízií. V roku 2014 viac ako 45 % obratu spoločnosti Henkel vygenerovala kategória spotrebných tovarov (Laundry & Home Care a Beauty Care) s produktami, ktoré boli uvedené na trh v ostatných troch rokoch. V divízii Adhesive Technologies tvorili produkty uvedené na trh v ostatných piatich rokoch viac ako 30 % obratu. Počas celého roka 2014 spoločnosť Henkel upevňovala úzke vzťahy so svojimi hlavnými retailovými a priemyselnými zákazníkmi, čo prispelo k zvýšeniu obratu spoločnosti.



Globalize: Globalize alebo globalizovať

Spoločnosť Henkel sa angažuje v snahe o globálne podchytenie príležitostí k rastu. I napriek vyššej volatilitite a nepriaznivým vplyvom kurzových zmien bude Henkel aj naďalej rozširovať svoje aktivity na rýchlo sa rozvíjajúcich trhoch a súčasne posilňovať existujúce pozície na rozvinutých trhoch. V účtovnom roku 2014 nárast organického obratu na rýchlo sa rozvíjajúcich trhoch predstavoval 7,8 %, zatiaľ čo ich podiel na celkovom obrate zostal konštantný na úrovni 44 %, keďže na týchto trhoch bol zaznamenaný pokles viacerých mien. Pokiaľ ide o rozvinuté trhy, Henkel vykázal nárast organického obratu, ktorý o čosi prevýšil obrat z predchádzajúceho roka. V roku 2014 Henkel posilnil svoju globálnu prítomnosť vďaka viacerým cieľovým akvizíciám v celkovej hodnote asi 1,8 mld. eur. Akvizícia Spotless Group posilnila pozície obchodnej divízie Laundry & Home Care v krajinách západnej Európy. Po tom, ako spoločnosť zrealizovala akvizíciu troch amerických spoločností orientovaných na profesionálnu vlasovú kozmetiku, spoločnosť Henkel sa zaradila medzi tri popredné spoločnosti na svete s najväčším podielom na trhu profesionálnej vlasovej kozmetiky. Okrem toho, spoločnosť Henkel je pripravená pre svojich zákazníkov uviesť na globálny trh špičkové termoregulačné technológie, a to vďaka akvizícii spoločnosti The Bergquist Company pôsojacej v USA.

Simplify: Simplify alebo zjednodušať

Zámerom spoločnosti Henkel je neustále zdokonaľovať svoju prevádzkovú výkonnosť zameraním sa na štandardizáciu, digitalizáciu a zrýchlenie procesov. Počas celého roka 2014 Henkel rozvíjala štandardizované škálovateľné podnikové platformy pre svoje podnikové procesy s cieľom zvýšiť rýchlosť a efektívnosť. Sem patrí aj spustenie integrovanej platformy SAP v Európe po úspešnom završení integrácie systémov v Ázii v roku 2014. Okrem toho viac ako 45 000 užívateľov Henkel migrovalo do nového digitalizovaného pracovného prostredia, ktoré umožní lepšiu spoluprácu a networking zamestnancov po celom svete. V roku 2014 spoločnosť Henkel pristúpila k prepojeniu nákupných činností a subdodávateľských aktivít do jednej globálnej organizácie dodávateľského reťazca a rozšírila sieť globálnych dodávateľských uzlov.

Inspire: Inšpirovať, alebo posilniť náš globálny tím

Úspech spoločnosti Henkel je založený na výkonnosti silného globálneho tímu. Z toho dôvodu spoločnosť kladie zvláštny dôraz na pritiahtutie, rozvoj a udržanie si talentovaných zamestnancov, predovšetkým na rýchlo sa rozvíjajúcich trhoch a to prostredníctvom špeciálne navrhnutých programov. Zároveň Henkel neustále zlepšuje a posilňuje svoj vodcovský tím a kultivuje osobitú kultúru výkonnosti v podmienkach svojej spoločnosti. Počas celého roka 2014 asi 1 150 zamestnancov



spoločnosti kariérne postúpilo, čo len dokazuje životaschopnosť tohto prístupu. Pre globálne pôsobiacu spoločnosť dôležitým faktorom úspechu je rôznorodosť jej zamestnancov, ktorých spája kultúrna rozmanitosť a pracovné skúsenosti. Spoločnosť Henkel aktívne riadi túto rozmanitosť a za ostatných niekoľko rokov dosiahla v tejto oblasti významný pokrok. V roku 2014 podiel zamestnancov na rýchlo sa rozvíjajúcich trhoch bol približne 57 % a podiel žien vo vedúcich pozíciách sa zvýšil asi na 33 % v celosvetovom meradle (s výnimkou akvizícií).

Výhľad skupiny Henkel na rok 2015

V účtovnom roku 2015 spoločnosť Henkel očakáva nárast organického obratu o 3 až 5 %. Henkel očakáva, že organický obrat ako obchodnej divízie Adhesive Technologies tak aj Laundry & Home Care bude sa pohybovať v uvedenom rozpätí. V obchodnej divízii Beauty Care Henkel počíta s približne dvojpercentným rastom. Henkel očakáva stabilný nárast podielu obratu na rozvíjajúcich sa trhoch na celkovom obrate. V porovnaní s údajmi za rok 2014, spoločnosť Henkel predpokladá zvýšenie upravenej výnosnosti predaja (EBIT) približne na 16 % a nárast v upravených výnosoch na prioritnú akciu o približne 10 %.

Tento dokument obsahuje výhľadové stanoviská opierajúce sa o aktuálne odhady a predpoklady vypracované manažmentom spoločnosti Henkel AG & Co. KGaA. Výhľadové stanoviská charakterizuje použitie takých slovných zvrátov ako okrem, zámer, plán, predikcia, predpoklad, mať za to, odhad, anticipovať, prognóza a obdobné formulácie. Takéto stanoviská nie je možné chápať ako zaručujúce akýmkoľvek spôsobom, že dané predikcie sú presné. Budúca výkonnosť ako aj reálne

Spoločnosť Henkel so svojimi vedúcimi značkami a technológiami celosvetovo pôsobí v troch oblastiach podnikania: Starostlivosť o domácnosť, Beauty Care a Adhesive Technologies (Lepidlá Technológie). Spoločnosť, založená v roku 1876, so svojimi známymi značkami Persil, Schwarzkopf a Loctite globálne zastáva vedúce postavenie na trhu tak v spotrebiteľských, ako aj priemyselných odvetviach. Henkel zamestnáva takmer 50 000 pracovníkov. V roku 2014 dosiahol tržby vo výške 16,4 mld. eur a upravený prevádzkový zisk vo výške 2,6 mld. eur. Prioritné akcie spoločnosti Henkel sú evidované v indexe DAX na nemeckej burze cenných papierov.

Na Slovensku pôsobí Henkel vo všetkých troch strategických oblastiach už od roku 1991. Henkel Slovensko predáva viac ako 50 značiek a dnes spoločnosť zamestnáva 1 600 pracovníkov.

Kontakt	Natálie Lorencová, manažérka korporátnej komunikácie	Elena Valovičová agentúra Seesame
Telefón	+420 739 325 116	+421 917 859 956
Fax	+420 220 101 190	
E-mail	natalie.lorencova@henkel.com	valovicova@seesame.com

