2023. augusztus 10.

Szűntelen növekedési lendület és jelentős eredményjavulás az év első felében

A Henkel növeli a 2023-as bevételi és nyereség-előrejelzéseit

* **A Csoport árbevétele 2022 első felében szervesen 4,9 százalékkal, mintegy 10,9 milliárd euróra nőtt (nominálisan 0,1 százalékkal) – nagyon erős növekedés mindkét üzletágban**
* **Az üzemi eredmény (EBIT)\* jelentősen, 1,254 millió euróra emelkedik (+7,6 százalék).**
* **EBIT marzs\* erőteljes növekedés 11,5 százalékra (+80 bázispont)**
* **Elsőbbségi részvények korrigált hozama (EPS)\* 2,13 euróra emelkedik, kétszámjegyű növekedés, +14,4 százalékos növekedés változatlan árfolyamon**
* **A céltudatos növekedés cselekvési terv következetes végrehajtása**
* **A vállalat növeli a 2023-as évre vonatkozó bevételi és nyereség-előrejelzéseit:** 
  + **Szerves árbevétel növekedés: 2,5 és 4,5 százalék**
  + **Üzemi eredmény (EBIT marzs)\*: 11,0 és 12,5 százalék**
  + **Elsőbbségi részvények korrigált hozama (EPS)\*:   
    +5 és +20 százalék közötti növekedés változatlan árfolyamon**

\* Egyszeri kiadásokkal és bevételekkel, valamint szerkezetátalakítási költségekkel korrigálva.

Düsseldorf – A Henkel 2023 első félévében jelentősen növelte árbevételét és eredményét a tartósan kihívásokkal teli gazdasági környezetben.

„Mindkét üzletágban nagyon erős növekedést értünk el. Ugyanakkor a magas anyag- és logisztikai költségekből eredő folyamatos ellenszél ellenére is sikerült jelentősen javítanunk eredményünket. Az év első felében elért erős teljesítményt követően bizakodóak vagyunk az év hátralévő részét illetően, és jelentősen megemeltük az **egész évre vonatkozó** árbevétel és eredmény **előrejelzésünket**" – mondta Carsten Knobel, a Henkel igazgatóságának elnöke.

„Az év első hat hónapjában jó eredményeket értünk el a **céltudatos növekedés cselekvési tervünk** megvalósításában is. A Consumer Brands üzletágban a tervezettnél gyorsabban haladunk az integrációval. Ugyanakkor portfóliónkat következetesen a magas árrésű és nagy növekedési potenciállal rendelkező márkákra és termékekre fókuszáljuk. Ez az üzletág eredményében is tükröződik. Az Adhesive Technologies üzletágban a szervezeti struktúrát még szorosabban ügyfeleinkhez igazítottuk, hogy szélesítsük vezető globális pozíciónkat és tovább növeljük a növekedés lendületét. Emellett fontos kezdeményezéseket viszünk előre a fenntarthatóság és a digitalizáció területén, hogy tovább erősítsük versenyhelyzetünket" – ismertette Carsten Knobel.

**A 2023-as pénzügyi évre vonatkozó kilátások**

Csoportszinten a Henkel most 2,5 és 4,5 százalék közötti **szerves árbevétel-növekedést** vár a 2023-as pénzügyi évben (korábban: 1,0 és 3,0 százalék között).Az Adhesive Technologies üzletágnál 2,0 és 4,0 százalék közötti szerves árbevétel-növekedés várható (korábban: 1,0 és 3,0 százalék között), és a Consumer Brands üzletág esetében 3,0 és 5,0 százalék között (korábban: 1,0 és 3,0 százalék között). A **korrigált üzemi eredmény (EBIT marzs)** csoportszinten most várhatóan 11,0 és 12,5 százalék között lesz (korábban: 10,0 és 12,0 százalék között). Az Adhesive Technologies üzletág esetében a korrigált üzemi eredmény várhatóan 13,5 és 15,0 százalék között lesz (korábban: 13,0 és 15,0 százalék között), a Consumer Brands üzletág esetében pedig 9,5 és 11,0 százalék között (korábban: 7,5 és 9,5 százalék között). Az **elsőbbségi részvények korrigált hozamának (EPS)** változatlan árfolyamon számított alakulására vonatkozóan a Henkel most +5 és +20 százalék közötti növekedést vár (korábban: -10 és +10 százalék között).

**Árbevétel és eredmény alakulása 2023 első felében**

A **Csoport** 10 926 millió eurós **árbevétele** 2023 első felében 0,1 százalékkal haladta meg az előző évi szintet (2. negyedév: 5316 millió euró, -5,8 százalék). Ez nagyon erős, 4,9 százalékos **szerves árbevétel-növekedésnek** felel meg (2. negyedév: 3,2 százalék). Az árfolyamhatások  
-2,5 százalékos negatív hatással voltak az árbevétel alakulására (2. negyedév: -5,8 százalék). Az akvizíciók és elidegenítések -2,2 százalékkal csökkentették az árbevételt (2. negyedév: -3,2 százalék).

Az első félévi árbevétel-növekedés mindkét üzletágnak köszönhető. Az **Adhesive Technologies** nagyon erős, 4,7 százalékos szerves árbevétel-növekedést ért el, amelyet a Mobility & Electronics és a Craftsmen, Construction & Professional üzleti területek hajtottak. A **Consumer Brands** nagyon erős, 5,7 százalékos szerves árbevétel-növekedést ért el, amelyet a Laundry & Home Care, valamint a Hair üzleti területek hajtottak.

Az első félévben az **európai** régióban a szerves árbevétel-növekedés 2,4 százalékos volt. (2. negyedév: 0,8 százalék). Az **IMEA**-régióban az árbevétel szervesen 25,7 százalékkal nőtt (2. negyedév: 23,6 százalék). **Észak-Amerikában** 3,8 százalékos volt a szerves árbevétel-növekedés (2. negyedév: 0,9 százalék). A **latin-amerikai** régióban 13,2 százalékos (2. negyedév: 9,4 százalék) szerves árbevétel-növekedés volt tapasztalható. Ezzel szemben az **ázsiai-csendes-óceáni** térségben -2,7 százalékos (2. negyedév: -0,6 százalék) negatív szerves árbevétel-növekedés volt tapasztalható, elsősorban a tartósan kihívásokkal teli kínai piaci környezet miatt.

A **korrigált üzemi eredmény (korrigált EBIT)** az első félévben 7,6 százalékkal, 1254 millió euróra nőtt, szemben az előző évi 1166 millió euróval. Ezt a növekedést az eladási árak alakulása, az integrált Consumer Brands üzletág létrehozásából származó megtakarítások és a portfólióoptimalizálási intézkedések tették lehetővé.

A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés (korrigált EBIT marzs)** 80 bázisponttal 11,5 százalékra nőtt.

Az **elsőbbségi részvények korrigált hozama** 2023 első felében 2,13 euróra emelkedett. Ez változatlan árfolyamon számolva 14,4 százalékos növekedést jelent az előző év azonos időszakához képest.

A **nettó forgótőke** 0,8 százalékponttal az árbevétel 6,1 százalékára nőtt (előző év azonos időszaka: 5,2 százalék)

A **szabad cash flow** elérte a 749 millió eurót, és ezzel jelentősen meghaladta a 2022 első félévi szintet (46 millió euró), különösen az üzleti év magasabb működési tevékenységéből származó cash flow-jának köszönhetően.

A **nettó pénzügyi pozíció** 2023. június 30-án, -1311 millió eurót tett ki (2022. december 31.: -1267 millió euró).

2023. április 20-án a Henkel bejelentette, hogy megállapodást írt alá **oroszországi üzleti tevékenységeinek eladásáról** egy helyi pénzügyi befektetőkből álló konzorciumnak. A vállalat a tavalyi ukrajnai orosz támadást követően jelentette be oroszországi tevékenységeiből történő kivonulását. A tranzakciót lezárták, az eladási ár 54 milliárd rubel (mintegy 600 millió euró).

**Az üzletágak fejlődése 2023 első félévében**

Az **Adhesive Technologies** üzletág **árbevétele** 2023 első félévében stabil, 0,1 százalékos nominális fejlődést mutatott, és 5475 millió euróra nőtt (2. negyedév: 2683 millió euró, -5,4 százalék). **Szervesen** az árbevétel 4,7 százalékkal nőtt (2. negyedév: 2,7 százalék). Ezt a fejlődést a kétszámjegyű áremelkedésnek köszönhetően sikerült elérni, miközben a volumenek az egyes releváns végpiacokon tapasztalható visszafogott kereslet miatt elmaradtak az előző évi szinttől. A Mobility & Electronics üzleti terület kétszámjegyű, 10,9 százalékos (2. negyedév: 9,2 százalék) szerves árbevétel-növekedést ért el. A Packaging & Consumer Goods üzleti területen a szerves árbevétel alakulása -1,5 százalék volt (2. negyedév: -3,7 százalék). A Craftsmen, Construction & Professional üzleti területen az árbevétel szervesen 4,9 százalékkal nőtt (2. negyedév: 2,9 százalék). A **korrigált üzemi eredmény** 3,0 százalékkal 766 millió euróra nőtt 2023 első félévében, szemben az előző évi 743 millió euróval. A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés** 14,0 százalékra nőtt az előző évi 13,6 százalékkal szemben. Itt különösen az áremeléseknek volt pozitív hatása.

A **Consumer Brands** üzletág 5365 millió eurós **árbevételt** ért el 2023 első hat hónapjában (2. negyedév: 2594 millió euró). Ez 0,6 százalékos nominális fejlődésnek felel meg (2. negyedév:   
-5,7 százalék). **Szervesen** 5,7 százalékkal nőtt az árbevétel, amely az árképzésnek köszönhető (2. negyedév: 4,5 százalék). Ezzel szemben a volumenek csökkentek, részben a folyamatban lévő portfólióoptimalizálási intézkedéseknek is köszönhetően. A Laundry & Home Care üzleti terület nagyon erős, 5,3 százalékos szerves árbevétel-növekedést ért el (2. negyedév: 4,4 százalék). A Hair üzleti terület összességében 7,9 százalékos szerves árbevétel-növekedést ért el 2023 első félévében (2. negyedév: 6,1 százalék). Az egyéb fogyasztói üzletit területek (Other Consumer Businesses) az első félévben stagnáló árbevételt értek el (0,0 százalék, 2. negyedév: -1,4 százalék). A **korrigált üzemi eredmén**y 559 millió euró volt, 15,9 százalékkal meghaladva az előző év azonos időszakának szintjét. Ezt a növekedést támogatta az eladási árak alakulása, amely tovább kompenzálta a még mindig magas közvetlen anyagköltségeket; a fogyasztási cikkekkel foglalkozó üzletágaknak az új Consumer Brands üzletágba történő integrálásából származó megtakarítások, valamint a portfólióoptimalizálási intézkedések. A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés** 10,4 százalékra nőtt.

**A céltudatos növekedés cselekvési terv végrehajtása egyenletesen halad**

2023 első félévében a Henkel folytatta a céltudatos növekedés cselekvési terv stratégiai prioritásainak következetes megvalósítását, és minden területen jó eredményeket ért el.

2023 első félévében a tervezettnél gyorsabban haladt előre a korábbi Laundry & Home Care és Beauty Care üzletágaknak a **Consumber Brands** üzletágba történő **összeolvadása**. Ennek során a Henkel további megtakarításokat ért el – összességében a vállalat célja, hogy 2026 végéig legalább 400 millió euró nettó megtakarítást (az újrabefektetések előtt) realizáljon. A Henkel tovább fókuszál a Consumer Brands portfóliójára is. Ennek során a fogyasztói üzletágak egyesülésének bejelentése óta összesen mintegy 0,5 milliárd euró értékű márkákat és tevékenységeket értékesítettek vagy szüntettek meg. Ezzel egyidejűleg a Henkel megerősítette portfólióját az Earthwise nevű Laundry & Home Care márka új-zélandi felvásárlásával. A Shiseido Hair Professional üzletágának ázsiai-csendes-óceáni integrációja, amelyet a Henkel tavaly vásárolt meg, jól halad, és az üzleti terület jól teljesít.

Az integráció második szakaszának részeként, amely az év elején kezdődött, és amely a supply chain kiválóságára összpontosít, a kezdeti intézkedések már végrehajtásra kerültek. Ezek közé tartozik többek között az európai Hair és Body Care üzleti terület termelési hálózatának megszilárdítását. Emellett az első országokban már bevezették az úgynevezett 1-1-1 elvet. Ez a kereskedelmi integráció előmozdítása optimalizált logisztikai folyamatokkal, az „egy arc a vásárlóhoz" elvnek megfelelően. Ez azt jelenti: egy megrendelés, egy szállítás, egy számla.

Az **Adhesive Technologies** üzletágban a Henkel 2023 első felében **optimalizált szervezeti struktúrát** hozott létre. Ez lehetővé teszi, hogy az üzletág még hatékonyabban használja ki a méret- és kompetenciaelőnyöket a három üzleti terület, a Mobility & Electronics, a Packaging & Consumer Goods, valamint a Craftsmen, Construction & Professional mentén, miközben biztosítja az ügyfelek és a piacok közelségét.

**Versenyképességének** további erősítése érdekében a Henkel a vonzó üzleti területeken az erős **innovációra** összpontosít. Ezek 2023 első félévében ismét hozzájárultak a növekedéshez mindkét üzletágban. Az Adhesive Technologies üzletágban például a Henkel elektromos járművek gyártásában használt innovatív megoldásai az év első hat hónapjában mintegy 70 százalékos szerves árbevétel-növekedést értek el az előző év azonos időszakához képest. A Consumer Brands üzletágban a Persil márka kétszámjegyű szerves árbevétel-növekedést ért el, amit az egyedülálló új enzimtechnológiával történő relaunch támogatott, amelyet 30 országban vezettek be.

A Henkel további előrelépést ért el a fenntarthatóság területén is. Például a 2030-ig a gyárak klímapozitív szénlábnyomának eléréséhez vezető úton a Henkel 2023 első felében további tíz üzemet állított át CO2-semleges termelésre. A Henkel a **digitalizáció** területén is fontos kezdeményezéseket hajtott végre. Itt a mesterséges intelligencia alkalmazása egyre fontosabb szerepet játszik.

„Összességében büszkék vagyunk az év első felében elért sikeres üzleti teljesítményre és a stratégiai menetrendünk megvalósításában elért jó eredményekre – a tartósan nehéz gazdasági környezet ellenére. Nagyon bízunk abban, hogy sikeresen alakítjuk a Henkel jövőjét. Együtt, egy rendkívül motivált csapatként, egy erős vállalati kultúrára alapozva és egy világos növekedési stratégiával. Az Adhesive Technologies üzletágunkkal globálisan vezető szerepet töltünk be, és innovatív megoldásokat kínálunk, egyértelműen a jövőbeli trendekre összpontosítva, mint például a mobilitás, az összekapcsolódás és a fenntarthatóság. Az új Consumer Brands üzletággal pedig megteremtettük az alapot fogyasztói üzletágunk további nyereséges növekedéséhez" – mondta Carsten Knobel.

A Henkelről

A Henkel márkáival, innovációival és technológiáival világszerte piacvezető az ipari és fogyasztói termékek területén. Az Adhesive Technologies üzletágával a Henkel globális vezető a ragasztók, tömítőanyagok és funkcionális bevonatok piacán. A Consumer Brands üzletága révén a vállalat számos piacon és kategóriában világelső, különösen a mosó- és háztartási tisztítószerek, valamint a hajápolás terén. A cég három legerősebb márkája a Loctite, a Persil és a Schwarzkopf. A 2022-es pénzügyi évben a Henkel több, mint 22 milliárd euró árbevételt és mintegy 2,3 milliárd euró korrigált üzemi eredményt ért el. A Henkel elsőbbségi részvényeit a német DAX tőzsdeindexben jegyzik. A Henkelnél a fenntarthatóságnak nagy hagyománya van, a vállalat világos fenntarthatósági stratégiát követ meghatározott célokkal. A Henkelt 1876-ban alapították, és ma világszerte több, mint 50 000 munkatársa sokszínű csapatot alkot, akiket az erős vállalati kultúra, a közös értékek és a „Pioneers at heart for the good of generations“ vállalati cél köt össze. További információ: www.henkel.com; [www.henkel.hu](http://www.henkel.hu).

Ez a dokumentum olyan kijelentéseket tartalmaz, amelyek a jövőbeni üzleti fejlődésre, pénzügyi teljesítményre és más olyan eseményekre vagy fejleményekre vonatkoznak, amelyek a Henkel számára a jövőben relevánsak, és amelyek előretekintő kijelentések lehetnek. A jövőre vonatkozó állításokat olyan szavak használata jellemzi, mint a „várnak”, „szándékoznak”, „terveznek”, „várakozás”, „hinni”, „becsülni” és hasonló kifejezések. Ez az információ előretekintő megállapításokat tartalmaz, amelyek a Henkel AG & Co. KGaA vállalatvezetésének jelenlegi becslésein és feltételezésein alapulnak. Ezek állítások semmiképpen sem értelmezendők úgy, hogy azok garanciát jelentenének az általuk kifejezett várakozások pontos teljesülésére. A Henkel AG & Co. KGaA és leányvállalatai jövőbeni teljesítménye és ténylegesen elért eredményei számos kockázattól és bizonytalanságtól függenek, és ezért lényegesen (pozitívan és negatívan is) eltérhetnek az előretekintő nyilatkozatoktól. Sok ilyen tényezőre nincs befolyása a Henkelnek, és ezek előre nem becsülhetők fel pontosan, mint például a későbbi gazdasági környezet, vagy a versenytársak és más piaci szereplők tevékenysége. A Henkel nem tervezi és nem is vállalja előretekintő nyilatkozatainak frissítését.

Ez a dokumentum olyan kiegészítő pénzügyi mutatókat tartalmaz, amelyek nincsenek egyértelműen meghatározva a vonatkozó pénzügyi beszámolási keretrendszerben, és amelyek alternatív teljesítménymutatók vagy azok lehetnek. Ezeket a kiegészítő pénzügyi mutatókat nem szabad elszigetelten vagy a Henkel konszolidált pénzügyi kimutatásaiban a vonatkozó pénzügyi beszámolási keretrendszernek megfelelően bemutatott nettó eszközeinek és pénzügyi helyzetének vagy működési eredményeinek mérőszámaiként értelmezni. Más vállalatok, amelyek hasonló elnevezésű alternatív teljesítménymutatókról számolnak be vagy írnak le, ezeket eltérő módon számíthatják.

Ezt a dokumentumot kizárólag tájékoztatás céljából állították ki, és nem célja befektetési tanácsadás vagy értékpapírok eladási ajánlatának, vagy vételi ajánlatának felkínálása.

**Kapcsolat**

**Befektetők és elemzők** **Sajtó és média**

**Leslie Iltgen**  **Lars Witteck**

Tel: +49 211 797-1631 Tel: +49 211 797-2606

Email: [eslie.iltgen@henkel.com](mailto:eslie.iltgen@henkel.com) Email: [lars.witteck@henkel.com](mailto:lars.witteck@henkel.com)

**Jennifer Ott Wulf Klüppelholz**

Tel: +49 211 797-2756 Tel: +49 211 797-1875

Email: [jennifer.ott@henkel.com](mailto:jennifer.ott@henkel.com) Email: [wulf.klueppelholz@henkel.com](mailto:wulf.klueppelholz@henkel.com)

**Dr. Dennis Starke Hanna Philipps**

Tel: +49 211 797-5601 Tel: +49 211 797-3626

Email: [dennis.starke@henkel.com](mailto:dennis.starke@henkel.com) Email: [hanna.philipps@henkel.com](mailto:hanna.philipps@henkel.com)

**Thomas Rosenke Ricarda Albaum**

Tel: +49 211 797-3563 Tel: +49 211 797-9982

Email: [thomas.rosenke@henkel.com](mailto:thomas.rosenke@henkel.com) Email: [ricarda.albaum@henkel.com](mailto:ricarda.albaum@henkel.com)

**Henkel Magyarország Kft.**  
Vállalati kommunikáció

Lambert Petra

Tel: (1) 372-5555

Email: [vallalati.kommunikacio@henkel.com](mailto:vallalati.kommunikacio@henkel.com)