

Poročilo za 1. četrletje leta 2024

Januar–marec

Zelo dober začetek poslovnega leta 2024

Henkel je v prvem četrletju dosegel visoko organsko rast prodaje

Prodaja na ravni skupine: približno 5,3 milijarde evrov, organska rast v višini 3,0 odstotka

Povečanje organske prodaje zaradi obeh poslovnih enot:

- Lepila in tehnologije: pozitivna organska rast prodaje v višini 1,3 odstotka
- Consumer Brands: zelo močna organska rast prodaje v višini 5,2 odstotka

Prevzem družb Seal for Life Industries in Vidal Sassoon na Kitajskem zaključen prej, kot je bilo predvideno

Nadaljnji napredek pri izvajanju strateškega programa rasti

Napoved za poslovno leto 2024 je bila 3. maja bistveno zvišana:

- Organska rast prodaje: 2,5 do 4,5 odstotka (prej: 2,0 do 4,0 odstotka)
- Prilagojena donosnost prodaje: 13,0 do 14,0 odstotka (prej: 12,0 do 13,5 odstotka)
- Prilagojeni dobiček na prednostno delnico (EPS): Povečanje v razponu od +15,0 do +25,0 odstotka pri stalnih menjalnih tečajih (prej: +5,0 do +20,0 odstotka)

Düsseldorf, 8. maj 2024: V prvem četrletju leta 2024 je Henkel dosegel prodajo na ravni celotne družbe oziroma skupine v višini približno 5,3 milijarde evrov in dosegel močno organsko rast prodaje v višini 3,0 odstotka. Povečanje je bilo posledica pozitivnega gibanja cen v obeh poslovnih enotah. Razvoj obsega na ravni skupine, na katerega še vedno vplivajo portfeljski ukrepi v poslovni enoti Consumer Brands, je v primerjavi s četrtem četrletjem leta 2023 pokazal nadaljnje zaporedno izboljšanje. Nominalno se je prodaja v primerjavi s prejšnjim četrletjem zmanjšala za –5,2 odstotka, predvsem zaradi prodaje poslovnih dejavnosti v Rusiji in negativnih učinkov deviznih tečajev.

»Leto smo začeli zelo dobro. Poleg tega nam je uspelo zaključiti prevzem družb Seal for Life Industries in Vidal Sassoon na Kitajskem hitreje, kot smo pričakovali, s čimer bomo še dodatno okrepili svoje poslovanje,« je povedal Carsten Knobel, izvršni direktor družbe Henkel. »Glede na ta razvoj dogodkov smo prejšnji teden znatno zvišali napovedi glede prodaje in dobička za leto 2024. To dokazuje naslednje: Imamo jasno strategijo, ki jo dosledno izvajamo. Dosegamo, kar smo obljubili. In smo na pravi poti za nadaljnjo dobičkonosno rast.«

Pozitivno organsko povečanje prodaje poslovne enote **Lepila in tehnologije** v prvem četrletju je bilo predvsem posledica močne organske rasti prodaje na poslovnem področju *Mobilnost in*

elektronika. Zelo močno organsko rast prodaje v poslovni enoti **Consumer Brands** so spodbujala vsa poslovna področja, k čemur je še posebej prispeval segment *Izdelki za lase*.

Prodajna uspešnost skupine

Prodaja na ravni celotne družbe oziroma skupine je v **prvem četrtnem letu 2024** znašala 5,317 milijarde evrov in se je v primerjavi s prejšnjim četrtnem letom (5,609 milijarde evrov) **nominalno** zmanjšala za –5,2 odstotka. **Organsko** (tj. prilagojeno za devizne tečaje in prevzeme/odprodaje) se je prodaja povečala za 3,0 odstotka. K močni organski rasti prodaje na ravni celotne družbe je prispevalo oblikovanje cen. Prevzemi in odprodaje so prodajo zmanjšali za –4,3 odstotka. Učinki deviznih tečajev so še dodatno negativno vplivali na razvoj prodaje, in sicer v višini –3,9 odstotka.

Uspešnost prodaje poslovne enote Lepila in tehnologije

Poslovna enota Lepila in tehnologije je v **prvem četrtnem letu 2024** dosegla **prodajo** v višini 2,677 milijarde evrov, kar pomeni **nominalno** zmanjšanje za –4,1 odstotka v primerjavi s prejšnjim četrtnem letom (2,791 milijarde evrov). **Organsko** (tj. prilagojeno za devizne tečaje in prevzeme/odprodaje) se je prodaja v primerjavi s prvim četrtnem letom leta 2023 povečala za 1,3 odstotka. Tako cena kot obseg sta se razvijala pozitivno. Učinki deviznih tečajev so prodajo zmanjšali za –3,8 odstotka. Prevzemi/odprodaje so imeli dodaten negativen učinek v višini –1,7 odstotka.

Uspešnost prodaje poslovne enote Consumer Brands

V poslovni enoti Consumer Brands je prodaja v **prvem četrtnem letu 2024** znašala 2,605 milijarde evrov, kar je **nominalno** za –6,0 odstotka manj kot v prejšnjem četrtnem letu. **Organsko** (tj. prilagojeno za devizne tečaje in prevzeme/odprodaje) se je prodaja povečala za 5,2 odstotka. Oblikovanje cen v poslovni enoti je v primerjavi s prvim četrtnem letom leta 2023 ostalo na visoki ravni. Obseg se je nekoliko zmanjšal, zlasti zaradi učinkov tekočih portfeljskih ukrepov. Učinki deviznih tečajev so negativno vplivali na prodajo v višini –4,0 odstotka. Prevzemi/odprodaje so prodajo zmanjšali za nadaljnjih –7,2 odstotka.

V prvem četrtnem letu je poslovni segment **Pralna sredstva in čistila** dosegel zelo visoko organsko rast prodaje v višini 4,6 odstotka. Segment Pralna sredstva je beležil močno rast, predvsem zaradi dvomestne rasti v kategoriji izdelkov za nego tkanin. Segment Čistila je dosegel znatno organsko rast prodaje, k čemur sta prispevali zlasti dvomestna rast prodaje v kategoriji izdelkov za nego straniščnih školjk in zelo močna rast v kategoriji izdelkov za pomivanje posode.

Segment **Izdelki za lase** je dosegel zelo visoko organsko rast prodaje v višini 6,9 odstotka. Rast v potrošniškem sektorju je bila precejšnja, zlasti zaradi kategorije izdelkov za oblikovanje las. V sektorju za profesionalne frizerske salone je bila dosežena zelo močna organska rast prodaje.

Druge potrošniške dejavnosti so zabeležile močno, 3,4-odstotno organsko povečanje prodaje.

Čista sredstva in finančni položaj skupine

V obravnavanem obdobju v primerjavi s stanjem na dan 31. decembra 2023 ni prišlo do bistvenih sprememb čistih sredstev in finančnega položaja skupine.

Napovedi za skupino Henkel

Napovedi za poslovno leto 2024, ki so bile objavljene 4. marca 2024, so bile s 3. majem zvišane.

Za tekoče leto Henkel zdaj pričakuje **organsko rast prodaje** v višini od 2,5 do 4,5 odstotka (prej: 2,0 do 4,0 odstotka). Za Lepila in tehnologije se še vedno pričakuje organska rast prodaje v razponu od

2,0 do 4,0 odstotka. Za Consumer Brands podjetje pričakuje organsko rast prodaje v višini od 3,0 do 5,0 odstotka (prej: 2,0 do 4,0 odstotka).

Prilagojena donosnost prodaje (prilagojena marža EBIT) na ravni skupine naj bi se zdaj gibala med 13,0 in 14,0 odstotka (prej: 12,0 do 13,5 odstotka). Za Lepila in tehnologije naj bi prilagojena donosnost prodaje zdaj znašala med 16,0 in 17,0 odstotka (prej: 15,0 do 16,5 odstotka) in za Consumer Brands v razponu od 12,0 do 13,0 odstotka (prej: 11,0 do 12,5 odstotka).

Pri **prilagojenem dobičku na prednostno delnico (EPS)** družba Henkel zdaj pričakuje povečanje v razponu od +15,0 do +25,0 odstotka pri stalnih menjalnih tečajih (prej: +5,0 do +20,0 odstotka).

Henkel je posodobil tudi naslednja pričakovanja:

- Prezvemi/odprodaje: nevtralen vpliv na nominalno rast prodaje (prej: negativen vpliv v nizkem enomestnem odstotnem razponu)
- Prevod prodaje v tujih valutah: negativen vpliv v nizkem do srednjem enomestnem odstotnem razponu (prej: negativen vpliv v srednjem enomestnem odstotnem razponu)

Naslednja pričakovanja za leto 2024 ostajajo nespremenjena:

- Cene za neposredne materiale: neizrazit razvoj¹
- Stroški prestrukturiranja v višini 250 do 300 milijonov evrov
- Denarni odtoki iz naložb v nepremičnine, naprave in opremo ter neopredmetena sredstva v višini od 650 do 750 milijonov evrov

¹v primerjavi s povprečjem prejšnjega leta

Več o Henklu

Henkel s svojimi blagovnimi znamkami, inovacijami in tehnologijami zavzema vodilne položaje v industriji in maloprodaji po vsem svetu. Poslovna enota Lepila in tehnologije je vodilna na svetovnem trgu lepil, tesnil in funkcionalnih premazov. S poslovno enoto Consumer Brands družba ohranja vodilne položaje, zlasti na področju las ter pralnih sredstev in čistil, na številnih trgih in v različnih kategorijah po vsem svetu. Tri najmočnejše blagovne znamke podjetja so Loctite, Persil in Schwarzkopf. V poslovnem letu 2023 je Henkel zabeležil prodajo v višini več kot 21,5 milijard evrov in prilagojeni dobiček iz poslovanja v višini približno 2,6 milijarde evrov. Prednostne delnice družbe Henkel kotirajo na nemškem borznem indeksu DAX. Trajnostni razvoj ima v družbi Henkel dolgo tradicijo, podjetje pa ima jasno trajnostno strategijo s konkretnimi cilji. Henkel je bil ustanovljen leta 1876 in danes po svetu zaposluje približno 48.000 ljudi, ki jih združujejo močna korporativna kultura, skupne vrednote in enoten smoter: »Pioneers at heart for the good of generations.« Več informacij je na voljo na spletni strani www.henkel.com

Kontaktna oseba

Jelena Gavrilović Šarenac

Head of Corp Comm Serbia and Adria

Tel: +381 60 207-22 09

Email: jelena.sarenac@henkel.com

www.henkel.si