

2024 Birinci Çeyrek Finansal Açıklama

Ocak–Mart

Henkel, 2024 mali yılına çok iyi başladı

Henkel, ilk çeyrekte güçlü bir organik satış büyümesi sağladı

- **Grup satışları yaklaşık 5,3 milyar Euro, organik büyüme ise yüzde 3,0 olarak gerçekleşti.**
- **Organik satış artışı, her iki iş biriminin katkısıyla gerçekleşti:**
 - Yapıştırıcı Teknolojileri: Yüzde 1,3 oranında pozitif organik satış büyümesi kaydetti.
 - Tüketici Markaları: Yüzde 5,2 oranında çok güçlü organik satış büyümesi gerçekleştirdi.
- **Çin'deki 'Seal for Life Industries' ve 'Vidal Sassoon'un satın alma işlemleri öngörülenden daha erken tamamlandı.**
- **Stratejik büyüme gündeminin uygulanmasında daha fazla ilerleme kaydedildi**
- **3 Mayıs itibarıyla 2024 mali yılına yönelik öngörüler önemli ölçüde yükseltildi:**
 - Organik satış büyümesi: Yüzde 2,5 ile 4,5 aralığında (önceki öngörü: yüzde 2,0 - 4,0 aralığında)
 - Düzeltilmiş satış kazancı: Yüzde 13,0 ile 14,0 aralığında (önceki öngörü: yüzde 12,0 - 13,5 aralığında)
 - İmtiyazlı hisse senedi başına karlılık (EPS): Sabit kur ile yüzde +15,0 ile +25,0 aralığında artış (önceki öngörü: yüzde +5,0 - +20,0 aralığında)

8 Mayıs 2024, Düsseldorf – Henkel, **2024'ün ilk çeyreğinde** yaklaşık 5,3 milyar Euro'luk **Grup satışına** ulaştı ve yüzde 3,0 oranında güçlü organik satış büyümesi elde etti. Bu artış, her iki iş birimindeki olumlu fiyat değişiminden kaynaklandı. Tüketici Markaları İş Birimi'ndeki portföy tedbirlerinden etkilenmeye devam eden Grup düzeyindeki miktar değişimi, 2023'ün dördüncü çeyreğine kıyasla süregelen bir iyileşme gösterdi. Nominal olarak satışlar, ağırlıklı olarak Rusya'daki ticari faaliyetlerin satışı ve olumsuz kur etkileri nedeniyle bir önceki yılın aynı çeyreğinin yüzde -5,2 altında gerçekleşti.

"Yıla çok iyi bir başlangıç yaptık. Buna ek olarak, 'Seal for Life Industries' ve 'Vidal Sassoon'un Çin'deki satın almalarını beklenenden daha hızlı bir şekilde tamamlayabildik ve böylece işlerimizi daha da güçlendireceğiz." şeklinde konuşan Henkel CEO'su Carsten Knobel sözlerini şöyle sürdürdü: "Bu gelişmeler ışığında, geçtiğimiz hafta 2024 yılı için **satış ve karlılık öngörülerimizi** önemli ölçüde yükselttik. Bu da gösteriyor ki, net bir stratejimiz var ve bunu titizlikle uyguluyoruz. Söz verdiklerimizi yerine getiriyoruz ve daha fazla karlı büyüme için doğru yoldayız."

Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi'nin ilk çeyrekteki pozitif organik satış artışı, özellikle Mobilite ve Elektronik iş alanındaki güçlü organik satış büyümesinden kaynaklandı. **Tüketici Markaları** İş Birimi'ndeki çok güçlü organik satış büyümesi, özellikle Saç iş kolundan gelen katkı olmak üzere, tüm iş alanları tarafından desteklendi.

İş birimine göre satış performansı

Milyon Euro	Satışlar		+/-	Organik
	Q1/2023	Q1/2024		
Henkel Grup	5.609	5.317	%-5,2	%3,0
Yapıştırıcı Teknolojileri	2.791	2.677	%-4,1	%1,3
Tüketici Markaları	2.772	2.605	%-6,0	%5,2

Grup Genelinde Satış Performansı

2024'ün ilk çeyreğinde grup genelindeki satışlar, önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla (5,609 milyar Euro) yüzde -5,2 **nominal** azalışla 5,317 milyar Euro olarak gerçekleşti. **Organik** (döviz kurları ve satın alma/elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) olarak ise satışlar yüzde 3,0 oranında artış gösterdi. Grup genelindeki güçlü organik satış büyümesi fiyatlandırmadan kaynaklandı. Satın alma/elden çıkarmalar satışları yüzde -4,3 oranında azalttı. Döviz kurları ise satışlardaki değişim üzerine ek olarak yüzde -3,9 oranında negatif bir etki yarattı.

Grup Genelinde Satış Performansı

Milyon Euro	Q1/2023	Q1/2024
Satışlar	5.609	5.317
Geçen yıla kıyasla değişim	%6,4	%-5,2
Döviz kuru	%0,9	%-3,9
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%5,5	%-1,3
Satın alma/elden çıkarmalar	%-1,1	%-4,3
Organik	%6,6	%3,0
Fiyata göre	%12,0	%3,4
Miktara göre	%-5,4	%-0,4

Avrupa bölgesindeki organik satış büyümesi, ilk çeyrekte yüzde 2,5 oranında gerçekleşti. **IMEA** bölgesi satışları organik olarak yüzde 26,9 oranında arttı. **Kuzey Amerika** bölgesinde ise yüzde -3,0 oranında negatif bir organik satış değişimi kaydedildi. **Latin Amerika**'daki satışlar organik olarak önceki yılın aynı çeyreğine kıyasla yüzde -2,7 aşağıda seyretti. **Asya-Pasifik** bölgesinde ise organik satış büyümesi yüzde 3,5 oranında gerçekleşti.

Bölgelere göre satış performansı¹

Milyon Euro	Avrupa	IMEA	Kuzey Amerika	Latin Amerika	Asya-Pasifik	Kurumsal	Henkel Grup
Satışlar Ocak–Mart 2024	2.023	575	1.478	421	784	35	5.317
Satışlar Ocak–Mart 2023	2.201	563	1.584	411	805	46	5.609
Geçen yılın aynı çeyreğine kıyasla değişim	%-8,1	%2,1	%-6,6	%2,5	%-2,5	–	%-5,2
Organik	%2,5	%26,9	%-3,0	%-2,7	%3,5	–	%3,0
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı							
2024	%38	%11	%28	%8	%15	%1	%100
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı							
2023	%39	%10	%28	%7	%14	%1	%100

¹ Şirketin bulunduğu lokasyona göre.

Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi, **2024'ün birinci çeyreğinde** 2,677 milyar Euro'luk **satış** gerçekleştirdi (önceki yılın aynı dönemi: 2,791 milyar Euro). Bu satış, yüzde -4,1 oranında **nominal** bir değişimi temsil ediyor. **Organik** (döviz kurlarına ve satın alma/elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) olarak ise satışlar, 2023'ün ilk çeyreğine kıyasla yüzde 1,3 oranında artış gösterdi. Hem fiyat hem de miktar açısından pozitif bir gelişme kaydedildi. Kur etkileri, satışları yüzde -3,8 oranında azalttı. Satın alma ve elden çıkarmalar ise satışları yüzde -1,7 oranında azalttı.

Yapıştırıcı Teknolojileri Satış Performansı

Milyon Euro	Q1/2023	Q1/2024
Satışlar	2.791	2.677
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%50	%50
Geçen yıla kıyasla değişim	%6,1	%-4,1
Döviz kuru	%1,1	%-3,8
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%5,0	%-0,4
Satın alma/elden çıkarmalar	%-1,8	%-1,7
Organik	%6,8	%1,3
Fiyata göre	%11,4	%1,0
Miktara göre	%-4,6	%0,3

Yapıştırıcı Teknolojileri iş biriminin ilk çeyrekteki pozitif organik satış gelişimi, özellikle yüzde 3,7 oranında güçlü bir satış artışı kaydeden **Mobilite ve Elektronik** iş alanından kaynaklandı. Bu büyümeye ise Otomotiv ve Elektronik iş kolunun katkısıyla gerçekleşti. Endüstriyel iş kolu pozitif bir gelişme gösterdi. Süregelen zorlu pazar ortamında, **Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri** iş alanı, pozitif miktar gelişimi ile desteklenen yüzde -0,2 oranında yatay bir organik satış

değişimi ortaya koydu. Ambalajlama iş kolu, talepte görülen ilk iyileşme işaretlerinden yararlanarak pozitif büyüme sağladı. Tüketici Ürünleri iş kolu ise, önceki yılın aynı çeyreğindeki çok güçlü performansa kıyasla hafif bir düşüş kaydetti. **Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel** iş alanındaki organik satış büyümesi bir önceki yılın çeyreğine kıyasla yüzde 0,3 oranında gerçekleşti. Bu durum özellikle iyi bir büyüme kaydeden İnşaat iş kolu tarafından desteklendi. Genel İmalat ve Bakım iş kolu negatif bir performans gösterirken, bu durum öncelikli olarak mevcut zorlu pazar ortamından kaynaklandı.

İş Alanına Göre Satışlardaki Değişim

Milyon Euro	Satışlar		+/-	Organik
	Q1/2023	Q1/2024		
Yapıştırıcı Teknolojileri	2.791	2.677	%-4,1	%1,3
Mobilite ve Elektronik	960	946	%-1,5	%3,7
Ambalajlama ve Tüketici Ürünleri	883	838	%-5,1	%-0,2
Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel	949	893	%-5,9	%0,3

Bölgesel bir perspektiften bakıldığında, Yapıştırıcı Teknolojileri İş Birimi'nin organik satış performansı karma bir yapıya sahiptir. Avrupa'da, Nalburiye, İnşaat ve Profesyonel iş alanı pozitif bir organik büyüme sağlamasına karşın, satışlar genel olarak önceki yılın aynı çeyreğinin altında kaldı. **Kuzey Amerika**'da, Mobilite ve Elektronik iş alanında pozitif bir organik satış artışı kaydedilirken, bölgedeki genel satış performansı önceki yılın aynı çeyreğinin altında kaldı. **IMEA** bölgesi, tüm iş alanlarının çift haneli büyüme oranlarıyla katkıda bulunduğu çift haneli organik satış artışı elde etti. **Latin Amerika**, tüm iş alanlarında negatif bir organik satış değişimi gösterdi. Buna karşın, **Asya-Pasifik** bölgesindeki satış büyümesi çok güçlü gerçekleşirken bunun başlıca nedeni, bir önceki yılın zorlu koşullarının ardından, istikrar kazanan Çin pazarının sağladığı kayda değer pozitif gelişme idi.

Tüketici Markaları Satış Performansı

Tüketici Markaları İş Birimi'nde, **2024'ün ilk çeyreğindeki** satışlar, bir önceki yılın aynı çeyreğine göre **nominal** olarak yüzde -6,0 oranında azalarak, 2,605 milyar Euro olarak gerçekleşti. **Organik** olarak (döviz kurlarına ve satın alma/elden çıkarmalara göre düzeltilmiş) satışlar yüzde 5,2 oranında artış gösterdi. İş birimindeki fiyatlandırma 2023'ün ilk çeyreğine kıyasla çok güçlü kalmaya devam etti. Miktarlar, özellikle devam eden portföy tedbirlerinin etkileri nedeniyle hafif bir düşüş gösterdi. Döviz kurları satışlar üzerinde yüzde -4,0 oranında negatif bir etki yarattı. Satın alma ve elden çıkarmalar da satışları yüzde -7,2 oranında azalttı.

Tüketici Markaları Satış Performansı

Milyon Euro	Q1/2023	Q1/2024
Satışlar	2.772	2.605
Grup genelindeki satışlar içindeki oranı	%49	%49
Geçen yıla kıyasla değişim	%7,3	%-6,0
Döviz kuru	%0,8	%-4,0
Döviz kurlarına göre düzeltilmiş	%6,5	%-2,0
Satın alma/elden çıkarmalar	%-0,5	%-7,2
Organik	%7,0	%5,2
Fiyata göre	%12,7	%6,2
Miktara göre	%-5,7	%-1,0

İlk çeyrekte, **Çamaşır ve Ev Bakım** iş alanı yüzde 4,6 oranında çok güçlü bir organik satış büyümesi ortaya koydu. Çamaşır iş kolunda, özellikle 'Hassas Bakım' kategorisindeki çift haneli artışın etkisiyle, güçlü bir büyüme kaydedildi. Ev Bakım iş kolunda ise özellikle 'Tuvalet Bakım' kategorisindeki çift haneli satış artışı ve 'Bulaşık' kategorisindeki çok güçlü büyüme ile desteklenen önemli bir organik satış büyümesi gerçekleşti.

Saç iş alanı, yüzde 6,9 oranı ile çok güçlü bir organik büyüme yakaladı. Tüketici Ürünleri, özellikle Saç Şekillendirme kategorisi sayesinde önemli bir büyüme elde etti. Profesyonel iş alanı, çok güçlü bir organik büyüme gerçekleştirdi.

Tüketici İş Birimleri'nin diğer alanları ise yüzde 3,4 oranında güçlü bir satış büyümesi sağladı.

İş Alanına Göre Satışlardaki Değişim

Milyon Euro	Satışlar		+/-	Organik
	Q1/2023	Q1/2024		
Tüketici Markaları	2.772	2.605	%-6,0	%5,2
Çamaşır ve Ev Bakım	1.789	1.661	%-7,2	%4,6
Saç	811	781	%-3,6	%6,9
Tüketici İş Birimleri'nin diğer alanları	171	163	%-4,8	%3,4

Bölgesel açıdan bakıldığında, Tüketici Markaları İş Birimi incelenen dönemde karma bir değişim kaydetti. **Avrupa** bölgesi, hem Saç hem de Çamaşır ve Ev Bakım iş alanlarının etkisiyle ilk çeyrekte çok güçlü bir organik satış artışı elde etti. **Kuzey Amerika** bölgesi, özellikle Çamaşır ve Ev Bakım iş alanında uygulanan portföy tedbirleri nedeniyle negatif bir organik satış değişimi kaydetti. **IMEA** bölgesi, tüm iş alanları genelinde çift haneli organik satış büyümesi elde etti. **Latin Amerika**'daki pozitif organik satış artışı, hem Tüketici hem de Profesyonel iş birimlerinin büyümeye katkıda bulunduğu Saç iş alanından kaynaklandı. Çamaşır ve Ev Bakım iş alanının desteğiyle, **Asya-Pasifik** bölgesindeki satış büyümesi yatay seyretti.

Grup Net Varlıkları ve Mali Durumu

31 Aralık 2023 ile kıyaslandığında, incelenen dönemde Grup'a ait net varlıklarda ya da mali durumda kayda değer bir değişiklik gerçekleşmemiştir.

Henkel Grubu Öngörülleri

4 Mart 2024 tarihinde yayınlanan 2024 mali yılına yönelik hedefler 3 Mayıs tarihi itibarıyla yükseltildi.

Henkel, bu yıl için **organik satış büyümesinin** yüzde 2,5 ile 4,5 aralığında olmasını bekliyor (önceki öngörü: yüzde 2,0 ile 4,0 aralığında). Yapıştırıcı Teknolojileri için organik satış büyümesinin hala yüzde 2,0 ile 4,0 aralığında olması bekleniyor. Tüketici Markaları için şirket, şimdi yüzde 3,0 ile 5,0 aralığında bir organik satış artışı öngörüyor (önceki öngörü: yüzde 2,0 - 4,0 aralığında).

Düzeltilmiş satış kazancının (düzeltilmiş VFÖK marjı) yüzde 13,0 ile 14,0 aralığında gerçekleşmesi bekleniyor (önceki öngörü: yüzde 12,0 - 13,5 aralığında). Düzeltilmiş satış kazancının, Yapıştırıcı Teknolojileri'nde yüzde 16,0 ile 17,0 aralığında (önceki öngörü: yüzde 15,0 - 16,5 aralığında) ve Tüketici Markaları'nda yüzde 12,0 ile 13,0 aralığında olması bekleniyor (önceki öngörü: yüzde 11,0 - 12,5 aralığında).

Henkel, **imtiyazlı hisse senedi başına karlılık (EPS)** için sabit kur ile yüzde +15,0 ile +25,0 aralığında artış olmasını bekliyor (önceki öngörü: yüzde +5,0 - +20,0 aralığında).

Henkel ayrıca aşağıdaki rakamlara yönelik beklentilerini de güncelledi:

- Satın Alma ve Elden Çıkarmalar: Nominal satış büyümesi üzerinde nötr etki (daha önce: düşük seviyeli tek haneli yüzde aralığında negatif etki).
- Satışın döviz kurları ile çevrimi: Düşük ila orta seviyeli tek haneli yüzde aralığında negatif etki (daha önce: orta seviyeli tek haneli yüzde aralığında negatif etki).

Aşağıdaki 2024 yılı beklentileri değişmemiştir:

- Doğrudan malzeme fiyatları: yatay seyreden değişim.¹
- 250 ile 300 milyon Euro aralığında yeniden yapılandırma giderleri.
- 650 ile 750 milyon Euro aralığında mülk, fabrika ve ekipman ile maddi olmayan varlıklar için yapılacak yatırımlardan kaynaklanan nakit çıkışları.

¹ Önceki yılın ortalamasına kıyasla.

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.