2024. augusztus 13.

Az erős féléves eredmények megerősítik a növekedési stratégia sikeres végrehajtását

A Henkel jó szerves árbevétel-növekedést és nagyon erős eredményjavulást ért el 2024 első felében

* **A csoport szerves árbevétele 2,9 százalékkal, mintegy 10,8 milliárd euróra nőtt az év első felében (nominálisan -1,0 százalék) – növekedés mindkét üzletágban**
* **Üzemi eredmény (EBIT)\*: nagyon erős, 1.610 millió eurós növekedés (+28,4 százalék)**
* **Az EBIT marzs\* szintén nagyon erősen javult, 14,9 százalékra (+340 bázispont).**
* **Az elsőbbségi részvények korrigált hozama (EPS)\* mintegy harmadával, 2,78 euróra emelkedett, ami változatlan árfolyamon +32,9 százalék**
* **Nagyon jó, mintegy 800 millió eurós szabad cash flow**
* **Tovább haladt a céltudatos növekedési menetrend végrehajtása**
* **A 2024-es pénzügyi évre vonatkozó eredmény előrejelzéseket már július közepén megemelték:**
* Szerves árbevétel növekedés: 2,5-4,5 százalék (változatlan)
* Korrigált árbevétel-arányos megtérülés: 13,5-14,5 százalék (korábban: 13,0-14,0 százalék)
* Elsőbbségi részvények korrigált hozama (EPS): +20,0 és +30,0 százalék közötti növekedés változatlan árfolyamon (korábban: +15,0 és +25,0 százalék között)
* **Közép- és hosszú távú pénzügyi célok, melyeket már középtávon el kell érni**

Düsseldorf – 2024 első félévében a Henkel jó szerves árbevétel-növekedést és nagyon erős eredményjavulást ért el a tartósan kihívásokkal teli gazdasági környezetben. A vállalat így sikeresen folytatta nyereséges növekedési pályáját. „Összességében nagyon jó üzleti teljesítményt értünk el az év első felében. Ez azt bizonyítja, hogy stratégiánkkal jó úton járunk, és hogy a céltudatos növekedésre való összpontosításunk kézzelfogható eredményeket hoz" - mondta Carsten Knobel, a Henkel igazgatóságának elnöke.

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

„Az év első felében a szerves árbevétel-növekedés és az eredmény javulása mindkét üzletágnak köszönhető. Fogyasztói üzletágaink egyesítése sikeres és stratégiai intézkedéseink, valamint kezdeményezéseink végrehajtása nagyon pozitív hatással van az árbevétel, a bruttó árrés és az eredmény alakulására. Adhesive Technologies üzletágunkban, ahol a szervezeti struktúrát még szorosabban összehangoltuk ügyfeleinkkel, és az általunk kezdeményezett változások is jelentősen hozzájárulnak a Henkel jó teljesítményéhez. A szabad cash flow-nk is jelentős volt, és meghaladta a 2023 első félévében már elért magas szintet. Mindez lehetővé teszi számunkra, hogy továbbra is célzottan beruházhassunk üzletmenetünkbe és jövőnkbe: márkákba, technológiákba és innovációkba. Emellett fontos kezdeményezéseket hajtunk végre a fenntarthatóság és a digitalizáció területén is, hogy tovább erősítsük versenyhelyzetünket" –

tette hozzá Carsten Knobel.

„Az év első felében tapasztalt erőteljes üzleti fejlődést követően bizakodóak vagyunk az év hátralévő részét illetően, ezért július közepén már megemeltük a 2024-es teljes pénzügyi évre vonatkozó eredmény-előrejelzésünket. Teljesítjük, amit vállaltunk, és jó úton haladunk a további nyereséges növekedés felé. Ez tükröződik a közép- és hosszú távú pénzügyi célok kiigazításában is: biztosak vagyunk benne, hogy már most középtávon elérjük az árbevételi- és eredmény céljainkat."

**Kilátások a 2024-es pénzügyi évre**

A folyó pénzügyi évre vonatkozó, 2024. május 3-án frissített kilátásokat július 17-én megemelték az árbevétel-várakozások tekintetében. Ez elsősorban a Consumer Brands üzletág magasabb profitvárakozásainak köszönhető, ugyanakkor a vállalat növeli az innovációt támogató marketingberuházásait. Az előrejelzés továbbra is figyelembe veszi a várható magas közvetlen anyagköltségeket az év második felében. A Henkel most a 2024-es pénzügyi évre a következő árbevétel és eredmény növekedést várja:

Csoportszinten a Henkel továbbra is 2,5 és 4,5 százalék közötti **szerves árbevétel-növekedésre** számít a 2024-es pénzügyi évben. A korábbiakhoz hasonlóan az Adhesive Technologies üzletágban 2,0-4,0 százalékos szerves árbevétel-növekedés várható, a Consumer Brands üzletág esetében pedig 3,0-5,0 százalékos növekedést prognosztizálnak. A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés** (EBIT marzs) csoportszinten most várhatóan 13,5-14,5 százalék között lesz (korábban: 13,0-14,0 százalék). Az Adhesive Technologies üzletág esetében a korrigált árbevétel-arányos megtérülés továbbra is a 16,0 és 17,0 százalék közötti tartományban várható. A Consumer Brands üzletág esetében a korrigált árbevétel-arányos megtérülés most 13,0 és 14,0 százalék között várható (korábban: 12,0 és 13,0 százalék között). **Az elsőbbségi részvények korrigált hozama** (EPS) várhatóan most a +20,0 és +30,0 százalék közötti tartományban emelkedik változatlan árfolyamon (korábban: +15,0 és +25,0 százalék között).

**Árbevétel és eredmény alakulása 2024 első felében**

A tartósan kihívásokkal teli piaci környezetben a Henkel **csoport árbevétele** 2024 első félévében 10.813 millió euro volt, ami -1,0 százalék nominálisan. Miután az előző negyedévekben a nominális árbevétel alakulását negatívan befolyásolta az oroszországi üzleti tevékenységek eladása, a Henkel most, 2024 második negyedévében ismét nominális árbevétel-növekedést tudott elérni (második negyedév: 5.496 millió euró, +3,4 százalék). Az árfolyamhatások -1,9 százalékkal csökkentették az árbevételt (II. negyedév: +0,2 százalék). Az akvizíciók és elidegenítések -2,1 százalékos hatást gyakoroltak az árbevételre (II. negyedév: +0,3 százalék). Míg az oroszországi üzleti tevékenységek 2023. áprilisi eladása negatív hatással volt, a nemrég lezárult akvizíciók mindkét üzletágban – Seal for Life és Vidal Sassoon – pozitívan járultak hozzá. **Szervesen** – azaz a devizaárfolyamokkal és a felvásárlásokkal/eladásokkal kiigazítva – a Henkel jó, 2,9 százalékos árbevétel-növekedést ért el (II. negyedév: +2,8 százalék).

Az **Adhesive Technologies** üzletág jó, 2,0 százalékos szerves árbevétel-növekedést ért el 2024 első félévében a Mobility & Electronics, valamint a Craftsmen, Construction & Professional üzleti területeknek köszönhetően. (II. negyedév: +2,6 százalék). A **Consumer Brands** üzletág nagyon erős, 4,3 százalékos szerves árbevétel-növekedést ért el, amelyhez minden üzleti szegmens hozzájárult (II. negyedév: +3,3 százalék). Az árbevétel növekedését mindkét üzletágban az árak pozitív alakulása hajtotta. Csoportszintű volumenalakulás, amit továbbra is befolyásolnak a Consumer Brands üzletág portfólióintézkedései, enyhén pozitív tendenciát mutatott – mind 2023 első félévéhez, mind pedig 2024 első negyedévéhez képest.

Az első félévben az **európai** régió szerves árbevétel-növekedése 1,8 százalék volt (II. negyedév: +1,2 százalék). Az **IMEA**-régióban a Henkel jelentős, kétszámjegyű, 21,0 százalékos szerves árbevétel-növekedést ért el (II. negyedév: +13,7 százalék). Az **észak-amerikai** régióban -1,6 százalékos szerves árbevétel-alakulás volt tapasztalható (II. negyedév: -0,2 százalék). A **latin-amerikai** régió 0,0 százalékos stagnáló szerves árbevételt mutatott (II. negyedév: +2,7 százalék). Az **ázsiai/csendes-óceáni** régió 5,5 százalékos szerves árbevétel-növekedést ért el (II. negyedév: +7,5 százalék).

A **korrigált üzemi eredmény (korrigált EBIT)** jelentősen, 28,4 százalékkal, 1.610 millió euróra nőtt a 2023 első félévi 1.254 millió euróról, különösen a bruttó árrés erőteljes növekedésének köszönhetően.

A Henkel-csoport **korrigált árbevétel-arányos megtérülése (korrigált EBIT marzs)** ennek következtében 340 bázisponttal, 11,5 százalékról 14,9 százalékra emelkedett.

Az **elsőbbségi részvények hozama** jelentősen, 2,46 euróra nőtt (előző év: 1,35 euró). Az elsőbbségi részvények korrigált hozama 30,5 százalékkal 2,78 euróra nőtt az előző év azonos időszakában elért 2,13 euróhoz képest. Ez a jelentős növekedés elsősorban a korrigált üzemi eredmény növekedésének köszönhető. Változatlan árfolyamon számolva az elsőbbségi részvények korrigált hozama egyértelműen kétszámjegyű, 32,9 százalékos növekedést mutatott.

A **nettó működőtőke** 0,9 százalékponttal, 6,1 százalékról 5,2 százalékra csökkent az előző év azonos időszakához képest.

A **szabad cash flow** elérte a 772 millió eurót, és ezzel magasabb volt, mint 2023 első félévében (749 millió euró). Ez elsősorban a magasabb működési tevékenységből származó pénzforgalomnak köszönhető.

A **nettó pénzügyi pozíció** 2024. június 30-án -1.440 millió eurót tett ki (2023. december 31-én: 12 millió euró).

**Az üzletágak fejlődése 2024 első felében**

Az **Adhesive Technologies** üzletág 2024 első félévében 5.475 millió eurós **árbevételt** ért el, ami nominálisan megegyezik az előző év azonos időszakával (II. negyedév: 2.798 millió euró). **Szervesen** az árbevétel 2,0 százalékkal nőtt (II. negyedév: 2,6 százalék). Ezt a fejlődést a +0,2 százalékos árkomponens és az 1,8 százalékos volumennövekedés hajtotta. Így az üzletág 2024 első negyedévéhez képest a második negyedévben sorozatos javulást mutatott a volumen alakulásában.

A **Mobility & Electronics** üzleti terület nagyon erős, 5,3 százalékos szerves árbevétel-növekedést ért el (II. negyedév: +6,8 százalék). Ezt a növekedést minden üzleti egység támogatta, különösen az Electronics divízió, amely kétszámjegyű szerves árbevétel-növekedést ért el az előző év gyenge időszakához képest. A **Packaging & Consumer Goods** üzleti területen -0,6 százalékos szerves árbevétel-alakulás volt tapasztalható (II. negyedév: -1,0 százalék). A Packaging szegmensben a volumennövekedés képes volt kompenzálni a negatív ártrendet. Összességében a Consumer Goods szegmense enyhe visszaesést mutatott az előző év erős időszakához képest. A **Craftsmen, Construction & Professional** üzleti terület 1,0 százalékos szerves árbevétel-növekedést ért el (II. negyedév: +1,7 százalék), amihez a Construction és a Consumers & Craftsmen üzleti egységek is hozzájárultak. A General Manufacturing & Maintenance üzleti szegmens viszont enyhe visszaesést könyvelhetett el a gyengébb kereslet következtében.

A **korrigált üzemi eredmény** 21,8 százalékkal 933 millió euróra nőtt 2024 első félévében, szemben az előző év azonos időszakának 766 millió eurójával. A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés** jelentősen, 310 bázisponttal 17,0 százalékra nőtt. Az alacsonyabb nyersanyagköltségek, a pozitív mixhatások és az ellátási lánc hatékonysága különösen kedvezően hatott a bruttó nyereségre.

A **Consumer Brands** üzletág 5.266 millió eurós **árbevételt** ért el 2024 első hat hónapjában (második negyedév: 2.662 millió euró). Ez -1,8 százalékos nominális alakulésnak felel meg. **Szervesen** 4,3 százalékkal nőtt az árbevétel (II. negyedév: +3,3 százalék). Ezt a fejlődést a +5,1 százalékos árkomponens hajtotta. Elsősorban a folytatódó portfólióoptimalizáló intézkedések miatt azonban a volumen kismértékben, -0,9 százalékkal csökkent, de 2024 második negyedévében sorozatos javulást mutatott 2024 első negyedévéhez képest.

A **Laundry & Home Care** üzleti terület erős, 3,1 százalékos szerves árbevétel-növekedést ért el (II. negyedév: +1,5 százalék). A Laundry Care (mosószerek) divízió pozitív szerves árbevétel-növekedést könyvelhetett el, elsősorban a Fabric Care (speciális mosószerek) kategória kétszámjegyű növekedésének és a Fabric Cleaning (univerzális mosószerek) kategória jó árbevétel-növekedésének köszönhetően. A Home Care (tisztítószerek) szegmens jelentős növekedését elsősorban a Dishwashing (mosogatószerek) és a Toilet Care (WC-tisztítószerek) kategóriák kétszámjegyű árbevétel-növekedése eredményezte. A **Hair** üzleti terület az év első hat hónapjában jelentős, összeségében 7,3 százalékos szerves árbevétel-növekedést ért el (II. negyedév: +7,7 százalék). A Consumer (lakossági) üzlet kétszámjegyű növekedésről számolt be, elsősorban a Hair Styling kategóriának köszönhetően, amely az előző évek azonos időszakában szintén kétszámjegyű szerves árbevétel-növekedést mutatott. A Professional (fodrászati) üzlet erős szerves árbevétel-növekedést ért el. Az **Other Consumer Businesses** üzleti terület jó, 2,3 százalékos szerves árbevétel-növekedést könyvelhetett el az év első felében (II. negyedév: +0,7 százalék).

A **korrigált üzemi eredmény** 753 millió eurót tett ki, és így 34,8 százalékkal nőtt az előző év azonos időszakához képest. Ezt a növekedést az eladási árak alakulása és az integrált Consumer Brands üzletág létrehozásából származó megtakarítások, valamint a portfólió optimalizálási és értéknövelési intézkedések eredményezték. A **korrigált árbevétel-arányos megtérülés** jelentősen, 390 bázisponttal 14,3 százalékra nőtt.

**A céltudatos növekedési menetrend végrehajtása következetesen halad előre**

2024 első félévében a Henkel továbbra is következetesen folytatta a céltudatos növekedés cselekvési terv stratégiai céljainak megvalósítását, és minden területen jó eredményeket ért el.

A korábbi Laundry & Home Care és Beauty Care üzletek **Consumer Brands** üzletágba történő, két szakaszban végrehajtott **összeolvadása** 2024 első felében is sikeresen haladt előre. A Henkel további megtakarításokat ért el a folyamat során. A vállalat összesen 525 millió eurós megtakarítást céloz meg az integráció mindkét szakaszában. Ezeket 2026 végére kell teljes mértékben megvalósítani.

Az integráció második szakaszának részeként, amely a Consumer Brands üzletágban az ellátási lánc optimalizálására összpontosít, az úgynevezett 1-1-1 elvet már közel 30 országban bevezették. Ez a kereskedelmi integráció előmozdítására vonatkozik, optimalizált logisztikai folyamatokkal, az "egy arc a vevőhöz" elvnek megfelelően. Ez azt jelenti: egy megrendelés, egy szállítás, egy számla. Emellett a gyártási és logisztikai hálózatot tovább optimalizálták és konszolidálták, például az Egyesült Államokban és a kelet-európai országokban a Laundry & Home Care területen. Összességében az intézkedések már mintegy 16 százalékos komplexitáscsökkenést értek el.

A Henkel tovább fókuszált a Consumer Brands portfólióra. A közelmúltban Észak-Amerikában a Laundry & Home Care üzleti területre összpontosított.

**Versenyképességének** további erősítése érdekében a Henkel a vonzó üzleti területeken az erős **innovációra** összpontosít. Ezek 2024 első felében ismét hozzájárultak a növekedéshez mindkét üzletágban. Az **Adhesive Technologies** üzletágban a Henkel arra a trendre reagál, hogy integráltabb alkatrészeket használnak a járműgyártásban, ami növeli az innovatív ragasztási megoldások iránti keresletet. Itt például az elektronikus alkatrészek integrálásáról van szó, amelyek a hajtás típusától függetlenül nagy előnyökkel járnak a jármű számára. Ugyanakkor ez egy rendkívül összetett alkalmazási terület, ahol az alkalmazott ragasztási megoldások hőkezelésével kapcsolatban nagyon speciális követelmények merülnek fel. A Henkel egyike azon kevés beszállítóknak, akik korán felismerték a trendet, és innovatív megoldásokat fejlesztenek ki a vezető autógyártókkal és kulcsfontosságú beszállítókkal együttműködve. A következő néhány évben több mint 20 százalékos piaci növekedési potenciál várható az ilyen integrált alkatrészek esetében. A **Consumer Brands** üzletágban a Hair területen elért nagyon erős, több mint 7 százalékos szerves árbevétel-növekedést különösen a Schwarzkopf ernyőmárka hajtotta – mind a Consumer, mind pedig a Professional üzleti szegmensben. Ebben az üzleti szegmensben immár négy egymást követő negyedévben sikerült pozitív volumennövekedést elérni. Ugyanakkor a piaci részesedés 40 bázisponttal nőtt mind a Hair Styling-ban, mind a Coloration-ben. Emellett a Gliss újbóli bevezetése a 100%-ban erősebb hajat biztosító új formulákkal kétszámjegyű szerves árbevétel-növekedést eredményezett a márka számára az év első felében.

„Összességében nagyon büszkék vagyunk az év első felében elért sikeres üzleti teljesítményre és a stratégiai menetrendünk megvalósításában elért jó eredményekre” – mondta Carsten Knobel. „Azt teljesítjük, amire kötelezettséget vállaltunk és amit kitűztünk magunk elé. És kézzelfogható előrelépést értünk el: üzletágainkban, árbevételben és eredményben. Bátor döntésekkel változtatjuk meg a Henkelt a sikeres jövő érdekében. Egy világos stratégiával pedig jó úton haladunk a további nyereséges növekedés felé."

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 2023-as pénzügyi évben a Henkel több, mint 21,5 milliárd euró árbevételt és mintegy 2,6 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 közel 48 000 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 tájékoztatási céllal készült, és nem minősül befektetési tanácsadásnak vagy értékpapírok eladási ajánlatnak, vagy bármilyen értékpapír vételi ajánlatnak való felhívásnak.

**Kapcsolatok**

**Befektetők és elemzők Sajtó és Média**

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

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

Email: [leslie.iltgen@henkel.com](mailto:leslie.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)

**Dr. Sascha Kieback**

Tel: +49 211 797–1810

Email: sascha.kieback@henkel.com

**Henkel Magyarország Kft.**

Vállalati kommunikáció

Lambert Petra

Tel. (1) 372-5555

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