



ข่าวประชาสัมพันธ์

13 สิงหาคม 2024

ผลประกอบการที่แข็งแกร่งในครึ่งปีแรกเน้นย้ำถึงการดำเนินกลยุทธ์การเติบโตของเราอย่างประสบผลสำเร็จ

Henkel

มีการเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเองอยู่ในระดับดีและการเพิ่มขึ้นของกำไรที่แข็งแกร่งมากในช่วงครึ่งแรกของปี 2024

- ยอดขายของกลุ่มบริษัทที่มาจากตัวธุรกิจเองเติบโต 2.9 เปอร์เซ็นต์ในช่วงครึ่งแรกของปีจนแตะที่ประมาณ 10,800 ล้านยูโร (-1.0 เปอร์เซ็นต์จากเป้าหมายที่ตั้งไว้) ด้วยการเติบโตในทั้งสองหน่วยธุรกิจ
- กำไรจากการดำเนินงาน (EBIT)*: ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมากจนแตะ 1,610 ล้านยูโร (+28.4 เปอร์เซ็นต์)
- อัตรากำไร EBIT* ยังปรับตัวดีขึ้นอย่างแข็งแกร่งที่ 14.9 เปอร์เซ็นต์ (+340 จุดพื้นฐาน)
- กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิ (EPS)* เพิ่มขึ้นประมาณหนึ่งในสามเป็น 2.78 ยูโร +32.9 เปอร์เซ็นต์ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่
- กระแสเงินสดอิสระอยู่ในระดับดีเยี่ยมที่ประมาณ 800 ล้านยูโร
- การดำเนินงานตามแผนการเติบโตเชิงกลยุทธ์ยังคงคืบหน้าต่อไป
- มีการปรับแนวโน้มกำไรสำหรับงบประมาณ 2024 ให้สูงขึ้นแล้วในช่วงกลางเดือนกรกฎาคม:
 - การเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเอง: 2.5 ถึง 4.5 เปอร์เซ็นต์ (ไม่เปลี่ยนแปลง)
 - ผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้ว: 13.5 ถึง 14.5 เปอร์เซ็นต์ (ก่อนหน้านี้: 13.0 ถึง 14.0 เปอร์เซ็นต์)
 - กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิ (EPS) ที่ปรับแล้ว: เพิ่มขึ้นในช่วง +20.0 ถึง +30.0 เปอร์เซ็นต์ในอัตราแลกเปลี่ยนคงที่ (ก่อนหน้านี้: +15.0 ถึง +25.0 เปอร์เซ็นต์)
- บรรลุเป้าหมายทางการเงินในระยะกลางถึงระยะยาวเรียบร้อยแล้วในระยะกลาง

* ปรับค่าใช้จ่ายและรายได้แบบครั้งเดียว และค่าใช้จ่ายจากการปรับโครงสร้างแล้ว

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE

Persil



Düsseldorf – ในช่วงครึ่งแรกของปี 2024 Henkel

มีการเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเองอยู่ในระดับดีและการเพิ่มขึ้นของกำไรที่แข็งแกร่งมากในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่ท้าทายอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นบริษัทจึงประสบความสำเร็จในการคงเส้นทางการเติบโตอย่างมีกำไรไว้ได้ "โดยรวมแล้วเราบรรลุผลการดำเนินงานทางธุรกิจที่ดีมากในช่วงครึ่งแรกของปีซึ่งแสดงให้เห็นว่าเราอยู่ในเส้นทางที่ถูกต้องด้วยกลยุทธ์ของเราและเรามุ่งเน้นการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งมอบความสำเร็จที่เป็นรูปธรรม" Carsten Knobel ซีอีโอของ Henkel กล่าว

"ในช่วงครึ่งแรกของปี

การเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเองและการเพิ่มขึ้นของกำไรเป็นผลมาจากทั้งสองหน่วยธุรกิจ การควบรวมธุรกิจคอนซูเมอร์-

แบรนด์ของเราประสบความสำเร็จและการดำเนินการตามมาตรการเชิงกลยุทธ์ความคิดริเริ่มของเราส่งผลกระทบต่อเชิงบวกอย่างมากต่อการพัฒนายอดขาย อัตรากำไรขั้นต้น และกำไร

นอกจากนี้ในธุรกิจของเราที่เราได้ปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงที่เราได้ริเริ่มก็มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาของ Henkel ในเชิงบวกอีกด้วย

กระแสเงินสดอิสระของเรายังแข็งแกร่ง เกินระดับสูงไปแล้วตั้งแต่ช่วงครึ่งแรกของปี 2023

ทั้งหมดนี้ช่วยให้เราสามารถลงทุนในธุรกิจและอนาคตได้อย่างตรงเป้าหมายมากขึ้นได้

โดยมุ่งเน้นไปยังแบรนด์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

นอกจากนี้เรายังผลักดันโครงการริเริ่มสำคัญด้านความยั่งยืน

และการเปลี่ยนไปเป็นระบบดิจิทัลเพื่อยกระดับตำแหน่งทางการแข่งขันของเราอีกด้วย" Carsten Knobel กล่าวเสริม

"หลังจากผลการดำเนินงานของธุรกิจที่แข็งแกร่งในช่วงครึ่งแรกของปี

เรามีความมั่นใจกับผลประกอบการในช่วงที่เหลือของปี และด้วยเหตุนี้

เราจึงปรับเพิ่มระดับแนวโน้มกำไรของเราสำหรับปีงบประมาณ 2024 ในช่วงกลางเดือนกรกฎาคม

เรากำลังบรรลุตามคำมั่นสัญญาและอยู่บนเส้นทาง

ที่ถูกต้องสำหรับการเติบโตอย่างมีผลกำไรอย่างต่อเนื่องนอกจากนี้ยังเห็นได้ชัดจากการปรับเป้าหมายทางการเงินในระยะกลางถึงระยะยาวของเราอีกด้วย:

เรามั่นใจว่าจะบรรลุเป้าหมายยอดขายและกำไรได้เร็วกว่าที่วางแผนไว้ในตอนแรกในช่วงกลางปี"

แนวโน้มสำหรับปีงบประมาณ 2024

มีการยกระดับแนวโน้มสำหรับปีงบประมาณปัจจุบันที่ปรับปรุงเมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2024 ไปในวันที่ 17 กรกฎาคม ในส่วนเกี่ยวกับความคาดหวังด้านกำไร

สาเหตุหลักเป็นผลมาจากความคาดหวังด้านผลกำไรที่เพิ่มขึ้นในหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์
ควบคู่ไปกับการเพิ่มการลงทุนด้านการตลาดเพื่อสนับสนุนนวัตกรรมของบริษัท
การคาดการณ์แนวโน้มยังคงพิจารณาถึงความคาดหวัง
ราคาที่สูงขึ้นสำหรับวัสดุทางตรงในครึ่งหลังของปีอีกด้วย ขณะนี้ Henkel
คาดหวังการพัฒนาด้านยอดขายและกำไรต่อไปสำหรับปีงบประมาณ 2024:

ในระดับกลุ่มบริษัท Henkel ยังคงคาดหวังการเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเองในช่วง 2.5 ถึง 4.5
เปอร์เซ็นต์ในปีงบประมาณ 2024 สำหรับหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการ

การเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเองคาดว่าจะอยู่ในช่วง 2.0 ถึง 4.0 เปอร์เซ็นต์

และสำหรับหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์จะอยู่ในช่วง 3.0 ถึง 5.0 เปอร์เซ็นต์

ผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้ว (อัตรากำไร EBIT) ในระดับกลุ่มบริษัทคาดว่าจะอยู่ในช่วง 13.5 ถึง
14.5 เปอร์เซ็นต์ (ก่อนหน้านี้: 13.0 ถึง 14.0 เปอร์เซ็นต์) สำหรับหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการ

คาดว่าผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้วจะยังคงอยู่ในช่วง 16.0 และ 17.0 เปอร์เซ็นต์

สำหรับหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ ปัจจุบันคาดว่าผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้วจะอยู่ระหว่าง 13.0
ถึง 14.0 เปอร์เซ็นต์ (ก่อนหน้านี้: 12.0 ถึง 13.0 เปอร์เซ็นต์) สำหรับการพัฒนาของกำไรต่อหุ้น**ปรับแล้ว (EPS)**
ที่ปรับแล้วในอัตราแลกเปลี่ยนคงที่ ขณะนี้ Henkel คาดว่าตัวเลขดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นในช่วง +20.0 ถึง
+30.0 เปอร์เซ็นต์ (ก่อนหน้านี้: +15.0 ถึง +25.0 เปอร์เซ็นต์)

การพัฒนาของยอดขายและกำไรในช่วงครึ่งแรกของปี 2024

แม้ว่าสภาพแวดล้อมของตลาดจะทำนายอย่างต่อเนื่อง แต่ Henkel ก็สามารถบรรลุยอดขายของกลุ่มได้
10,813 ล้านยูโรในช่วงครึ่งแรกของปี 2024 ซึ่งสะท้อนถึงการลดลงจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ -1.0 เปอร์เซ็นต์
หลังจากการพัฒนายอดขายที่ตั้งไว้ของไตรมาสก่อนหน้าได้รับผลกระทบ

เชิงลบจากการถอนการลงทุนในกิจกรรมทางธุรกิจภายในประเทศรัสเซีย Henkel

ก็สามารถบรรลุการเติบโตของยอดขายตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อีกครั้ง ในไตรมาสที่สองของปี 2024

(ไตรมาสที่ 2: 5,496 ล้านยูโร เพิ่มขึ้น +3.4 เปอร์เซ็นต์)

ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทำให้ยอดขาย ลดลง -1.9 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาสที่ 2: +0.2

เปอร์เซ็นต์) การซื้อกิจการและการถอนการลงทุนทำให้ยอดขายลดลง -2.1 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาสที่ 2: +0.3

เปอร์เซ็นต์) ในขณะที่การถอนการลงทุนในกิจกรรมทางธุรกิจภายในประเทศรัสเซีย ณ เดือนเมษายน 2023

ส่งผลกระทบต่อเชิงลบ แต่การเข้าซื้อกิจการ Seal for Life และ Vidal Sassoon

ในทั้งสองหน่วยธุรกิจเมื่อไม่นานนี้ก็ส่งผลในเชิงบวก เมื่อพิจารณายอดขายจากตัวธุรกิจเอง

กล่าวคือปรับตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการซื้อกิจการ/การถอนการลงทุน Henkel

บรรลุการเติบโตของยอดขายอยู่ในระดับที่ดีที่ 2.9 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาสที่ 2: +2.8 เปอร์เซ็นต์)

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2024

หน่วยธุรกิจ**เทคโนโลยี**ก่อให้เกิดการเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเองอยู่ในระดับดีที่ 2.0 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเป็นผลมาจาก ภาคธุรกิจการขับเคลื่อนและอิเล็กทรอนิกส์ และช่างฝีมือ การก่อสร้าง และมีอาชีพ (ไตรมาสที่ 2: +2.6 เปอร์เซ็นต์) หน่วยธุรกิจ**คอนซูเมอร์**

แบรนด์มีการเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเองในระดับแข็งแกร่งมากที่สุดที่ 4.3 เปอร์เซ็นต์

โดยมีส่วนสนับสนุนจากทุกภาคธุรกิจ (ไตรมาสที่ 2: +3.3 เปอร์เซ็นต์)

การเติบโตของยอดขายในทั้งสองหน่วยธุรกิจได้รับแรงหนุนจากการพัฒนาของราคาในทิศทางบวก ในระดับกลุ่มบริษัท

การเติบโตของปริมาณสินค้าซึ่งยังคงได้รับผลกระทบจากมาตรการของกลุ่มผลิตภัณฑ์ในหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์นั้นแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มเชิงบวกเล็กน้อย เมื่อเทียบกับครึ่งแรกของปี 2023 และยังคงแสดงให้เห็นถึงการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับไตรมาสแรกของปี 2024

ในครึ่งแรกของปี การเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเองในภูมิภาค**ยุโรป**อยู่ที่ 1.8 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาสที่ 2: +1.2 เปอร์เซ็นต์) ในภูมิภาค **IMEA** Henkel

มีการเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเองเพิ่มขึ้นเป็นตัวเลขสองหลักที่ 21.0 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาสที่ 2: +13.7 เปอร์เซ็นต์) ภูมิภาค**อเมริกาเหนือ**มีการเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเอง -1.6 เปอร์เซ็นต์

(ไตรมาสที่ 2: -0.2 เปอร์เซ็นต์) ภูมิภาค**ละตินอเมริกา**มีการพัฒนาของยอดขายจากตัวธุรกิจเอง 0.0 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาสที่ 2: +2.7 เปอร์เซ็นต์) ภูมิภาค**เอเชีย/แปซิฟิก**มีการเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเอง

5.5 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาสที่ 2: +7.5 เปอร์เซ็นต์)

กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้ว (EBIT ที่ปรับแล้ว) เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจาก 1,254

ล้านยูโรในช่วงครึ่งแรกของปี 2023 มาเป็น 1,610 ล้านยูโร ซึ่งคิดเป็น 28.4 เปอร์เซ็นต์

ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก

ผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้ว (อัตรากำไร EBIT ที่ปรับแล้ว) ของ Henkel Group

เพิ่มขึ้นอย่างมากถึง 340 จุดพื้นฐาน โดยเพิ่มขึ้นจาก 11.5 เปอร์เซ็นต์เป็น 14.9 เปอร์เซ็นต์

กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเป็น 2.46 ยูโร (ปีก่อนหน้า: 1.35 ยูโร)

กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับแล้วเพิ่มขึ้น 30.5 เปอร์เซ็นต์ โดยเพิ่มขึ้นจาก 2.13

ยูโรในช่วงเดียวกันของปีก่อนเป็น 2.78 ยูโร การเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนี้ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของกำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้ว หากใช้อัตราแลกเปลี่ยนคงที่

กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับแล้วเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนเป็นตัวเลขสองหลักที่ 32.9 เปอร์เซ็นต์

เงินทุนหมุนเวียนสุทธิลดลง 0.9 จุดเปอร์เซ็นต์ จาก 6.1% เป็น 5.2% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

กระแสเงินสดอิสระมีมูลค่าถึง 772 ล้านยูโร ซึ่งสูงกว่าที่บันทึกไว้ในช่วงครึ่งแรกของปี 2023 (749 ล้านยูโร) โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นผลมา จากกระแสเงินสดที่สูงขึ้นจากกิจกรรมการดำเนินงาน

สถานะการเงินสุทธิ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2024 ลดลง -1,440 ล้านยูโร (เมื่อเทียบกับ 12 ล้านยูโร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2023)

การพัฒนาหน่วยธุรกิจในช่วงครึ่งแรกของปี 2024

หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการก่อสร้างยอดขาย 5,475 ล้านยูโรในช่วงครึ่งแรกของปี 2024 ซึ่งอยู่ในระดับเดียวกับช่วงปีก่อนหน้า (ไตรมาสที่ 2: 2,798 ล้านยูโร) ยอดขายที่มาจาก**ตัวธุรกิจเอง**เพิ่มขึ้น 2.0 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาสที่ 2: 2.6 เปอร์เซ็นต์) การพัฒนานี้ได้รับแรงหนุนจากองค์ประกอบราคา ที่เพิ่มขึ้น +0.2 เปอร์เซ็นต์ และการเติบโตของปริมาณที่เพิ่มขึ้น 1.8 เปอร์เซ็นต์ ส่งผลให้หน่วยธุรกิจมีการปรับปรุงการพัฒนาของปริมาณตามลำดับ ในไตรมาสที่ 2 เมื่อเทียบกับไตรมาสแรกของปี 2024

ภาคธุรกิจ**โมบิลิตี้และอิเล็กทรอนิกส์**เติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่งในด้านยอดขายจากตัวธุรกิจเองที่ 5.3 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาสที่ 2: +6.8 เปอร์เซ็นต์) การเติบโตนี้เป็นผลมาจากกลุ่มธุรกิจทั้งหมด และโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมียอดขายจากตัวธุรกิจเองเพิ่มขึ้น เป็นตัวเลขสองหลักเมื่อเทียบกับช่วงเวลาที่ผ่านมา

ภาคธุรกิจ**บรรจุภัณฑ์และสินค้าอุปโภคบริโภค**มีการพัฒนายอดขายจากตัวธุรกิจเอง -0.6 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาสที่ 2: -1.0 เปอร์เซ็นต์) ในธุรกิจบรรจุภัณฑ์

การเพิ่มขึ้นของปริมาณช่วยชดเชยผลกระทบเชิงลบจากการเปลี่ยนแปลงราคา โดยรวมแล้ว ธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ภาคธุรกิจ**ช่างฝีมือ การก่อสร้าง และมืออาชีพ** สร้างการเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเองที่ 1.0 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาสที่ 2: +1.7 เปอร์เซ็นต์) โดยธุรกิจการก่อสร้างและสินค้าอุปโภคบริโภค และช่างฝีมือมีส่วนช่วยสนับสนุน ในทางตรงกันข้าม ธุรกิจการผลิตและการซ่อมบำรุงทั่วไปประสบภาวะลดลงเล็กน้อย อันเนื่องมาจากความต้องการที่ลดลง

กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้วเพิ่มขึ้น 21.8 เปอร์เซ็นต์ และ 933 ล้านยูโรในช่วงครึ่งแรกของปี 2024 เทียบกับ 766 ล้านยูโรในช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว

ผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้วเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ 310 จุดพื้นฐาน เป็น 17.0 เปอร์เซ็นต์ ต้นทุนวัตถุดิบที่ลดลง ผลกระทบจากการผสมผสานในเชิงบวก และประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานส่งผลต่ออย่างเห็นได้ชัดต่ออัตรากำไรขั้นต้น

หน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์สร้างยอดขาย 5,266 ล้านยูโร ในช่วงหกเดือนแรกของปี 2024 (ไตรมาสที่ 2: 2,662 ล้านยูโร) ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาที่ตั้งไว้ที่ -1.8 เปอร์เซ็นต์
ยอดขายที่มาจากตัวธุรกิจเองเพิ่มขึ้น 4.3 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาสที่ 2: +3.3 เปอร์เซ็นต์)
การพัฒนาที่ได้รับแรงหนุนจากองค์ประกอบราคาเพิ่มขึ้น +5.1 เปอร์เซ็นต์
โดยหลักแล้วเป็นผลมาจากมาตรการปรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ ให้เหมาะสมที่กำลังดำเนินการอยู่
ปริมาณจึงลดลงเล็กน้อย -0.9 เปอร์เซ็นต์ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาปริมาณแสดงให้เห็นถึงการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องตามลำดับในไตรมาสที่ 2 เมื่อเทียบกับไตรมาสแรกของปี 2024

ภาคธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและดูแลบ้านสร้างการเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเองอย่างแข็งแกร่งที่ 3.1 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาสที่ 2: +1.5 เปอร์เซ็นต์)
ธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างมีการเพิ่มขึ้นของยอดขายจากตัวธุรกิจเองในเชิงบวก
โดยส่วนใหญ่เป็นผลมาจากยอดขาย ที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวเลขสองหลักในหมวดผลิตภัณฑ์ดูแลผ้า
และการเติบโตของยอดขายที่ดีในหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด
การเติบโตอย่างมีนัยสำคัญในธุรกิจผลิตภัณฑ์ดูแลบ้านเป็นผลมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวเลขสองหลักใน
หมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ล้างจานและผลิตภัณฑ์ดูแลห้องน้ำ
กลุ่มธุรกิจเส้นผมมีการเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเองอย่างมีนัยสำคัญที่ 7.3
เปอร์เซ็นต์ในช่วงหกเดือนแรกของปี (ไตรมาสที่ 2: +7.7 เปอร์เซ็นต์)
ธุรกิจสินค้าคอนซูเมอร์มีการเติบโตเป็นตัวเลขสองหลัก
โดยส่วนใหญ่เป็นผลมาจากกลุ่มผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผม ซึ่งนอกจากนี้
ยังมีการเพิ่มขึ้นของยอดขายจากตัวธุรกิจเองเป็นตัวเลขสองหลักในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้าด้วย
ธุรกิจมืออาชีพมีการเติบโต ของยอดขายจากตัวธุรกิจเองอย่างแข็งแกร่ง ภาคธุรกิจคอนซูเมอร์อื่น ๆ
มีการเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเองอยู่ในระดับดีที่ 2.3 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาสที่ 2: +0.7 เปอร์เซ็นต์)

กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้วมีมูลค่า 753 ล้านยูโร โดยเพิ่มขึ้น 34.8
เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า การเพิ่มขึ้นนี้เกิดจากการพัฒนาของราคาขาย
และการประหยัดที่เกิดขึ้นจากการสร้างหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์แบบบูรณาการ
ตลอดจนมาตรการปรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมและการเพิ่มมูลค่าให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์
ผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้ว เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ 390 จุดพื้นฐาน เป็น 14.3 เปอร์เซ็นต์

ผลักดันการดำเนินการตามแผนการเติบโตไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2024 Henkel
ยังคงผลักดันการดำเนินการตามลำดับความสำคัญเชิงกลยุทธ์ของแผนการเติบโตที่มีจุดมุ่งหมายอย่างต่อเนื่อง
อง และมีความคืบหน้าที่ดีในทุกด้าน

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2024 การควบรวมกิจการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและดูแลบ้าน และผลิตภัณฑ์ดูแลความงามเดิมเข้าเป็นหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ซึ่งดำเนินการใน 2 ระยะเวลาประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี Henkel ประหยัดเงินได้มากขึ้นในกระบวนการนี้ โดยรวมแล้ว บริษัทมีเป้าหมายที่จะประหยัดเงินมูลค่า 525 ล้านยูโรจากทั้งสองระยะของการบูรณาการ โดยคาดว่าจะสามารถประหยัดค่าใช้จ่าย ได้อย่างเต็มที่ภายในสิ้นปี 2026

ในฐานะส่วนหนึ่งของระยะที่สองของการบูรณาการ

ซึ่งมุ่งเน้นถึงความเป็นเลิศของห่วงโซ่อุปทานภายในหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์

ได้มีการนำหลักการที่เรียกว่า 1-1-1 มาใช้แล้วในเกือบ 30 ประเทศ

ซึ่งเกี่ยวข้องกับคำสั่งเสริมการบูรณาการเชิงพาณิชย์

ไปข้างหน้าผ่านกระบวนการโลจิสติกส์ที่ได้รับการปรับให้เหมาะสม ตามหลักการ

“ประสบการณ์ลูกค้าที่เป็นหนึ่งเดียว” ซึ่งหมายความว่า: หนึ่งคำสั่งซื้อ หนึ่งการส่งมอบ หนึ่งใบแจ้งหนี้

นอกจากนี้ยังมีการปรับเครือข่ายการผลิตและโลจิสติกส์ให้เหมาะสมและผนวกรวมเข้าด้วยกันอีกด้วย เช่น

ในสหรัฐอเมริกาและประเทศในยุโรปตะวันออกสำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและดูแลบ้าน โดยรวมแล้ว

มาตรการเหล่านี้ส่งผลให้ ความซับซ้อนโดยรวมลดลงประมาณ 16 เปอร์เซ็นต์

นอกจากนี้ Henkel ยังมุ่งเน้นไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์คอนซูเมอร์แบรนด์อีกด้วย และเมื่อไม่นานมานี้

เราได้มุ่งเน้นไปยังธุรกิจผลิตภัณฑ์ ซักล้างและดูแลบ้านในอเมริกาเหนือด้วย

เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน Henkel

จึงให้ความสำคัญกับนวัตกรรมที่แข็งแกร่งในภาคธุรกิจที่น่าดึงดูดใจ

ความพยายามเหล่านี้ยังส่งผลต่อการเติบโตของทั้งสองหน่วยธุรกิจในช่วงครึ่งแรกของปี 2024 อีกด้วย

ในด้านเทคโนโลยีการ Henkel ได้ตอบสนองต่อแนวโน้มของส่วนประกอบยานยนต์ที่มีการผสมรวมมากขึ้น

ซึ่งกระตุ้นความต้องการโซลูชันการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ตัวอย่างหนึ่งคือ

การผสมรวมส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งให้ประโยชน์อย่างมากต่อยานพาหนะไม่ว่าระบบส่งกำลังจะเป็นอย่

างไรก็ตาม แต่ในขณะเดียวกัน

ก็ยังเป็นสาขาที่มีความซับซ้อนสูงและมีข้อกำหนดเฉพาะเจาะจงมากสำหรับการจัดการความร้อนของสารละลาย

การที่ใช้ Henkel เป็นหนึ่งในบริษัทเพียงไม่กี่แห่งที่ตระหนักถึงแนวโน้มนี้ตั้งแต่เนิ่น ๆ และร่วมมือกับผู้ผลิต

OEM ชั้นนำและซัพพลายเออร์รายใหญ่ เพื่อพัฒนาโซลูชันที่เป็นนวัตกรรม คาดว่าส่วนประกอบแบบผสมรวม

ดังกล่าวจะมีศักยภาพในการเติบโตภายในตลาดมากกว่า 20 เปอร์เซ็นต์ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า

ในหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์การเติบโตของยอดขายจากตัวธุรกิจเองมีความแข็งแกร่งมากกว่า 7

เปอร์เซ็นต์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เส้นผมซึ่งเป็นผลมาจากแบรนด์ Schwarzkopf เป็นหลัก

ทั้งในธุรกิจคอนซูเมอร์และธุรกิจผลิตภัณฑ์ผมสำหรับมืออาชีพ ปัจจุบัน

ภาคธุรกิจแห่งนี้มีการพัฒนาด้านปริมาณในเชิงบวกอย่างต่อเนื่องเป็นเวลาสี่ไตรมาสแล้ว พร้อมกันนี้

ส่วนแบ่งการตลาดก็เพิ่มขึ้น 40 จุดพื้นฐานทั้งในด้านการจัดแต่งผมและการทำสีผม นอกจากนี้ การเปิดตัว

Gliss อีกครั้งด้วยสูตรใหม่สำหรับเส้นผมที่แข็งแรงขึ้น 100%

ส่งผลให้ยอดขายจากตัวธุรกิจเองของแบรนด์เติบโตขึ้นเป็นตัวเลขสองหลักในช่วงครึ่งแรกของปี

"โดยรวมแล้ว เราพึงพอใจอย่างมากกับผลการดำเนินงานทางธุรกิจที่ประสบความสำเร็จของ Henkel ในช่วงครึ่งแรกของปี และภูมิใจกับความคืบหน้าที่ดีที่เราได้ดำเนินการตามแผนการเติบโตเชิงกลยุทธ์ของเรา" Carsten Knobel กล่าว "เรากำลังดำเนินการตามความมุ่งมั่นและส่งมอบในสิ่งที่เราได้ประกาศไว้ และเรากำลังมีความก้าวหน้าที่จับต้องได้ กล่าวคือทั้งในธุรกิจของเรา ในยอดขาย และผลกำไร ด้วยการตัดสินใจที่กล้าหาญ เรากำลังเปลี่ยนแปลง Henkel เพื่ออนาคตที่ประสบความสำเร็จ และด้วยกลยุทธ์ที่ชัดเจน เราจึงอยู่บนเส้นทางที่ถูกต้องสำหรับการเติบโตที่จะสร้างผลกำไรมากขึ้น"

เกี่ยวกับ Henkel

ด้วยแบรนด์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีของเรา

ทำให้เราครองตำแหน่งผู้นำตลาดทั่วโลกในธุรกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีภาว

เป็นผู้นำตลาดระดับโลก ในอุตสาหกรรมภาว ซิลแลนซ์ และเคมีภัณฑ์เพื่อการเตรียมพื้นผิว

หน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ครองตำแหน่งผู้นำในธุรกิจผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม

ผลิตภัณฑ์ซักล้างและดูแลบ้านในหลายตลาดและหลากหลายหมวดหมู่ธุรกิจทั่วโลก แบรนด์ระดับต้น ๆ สามแบรนด์ของเราคือ

Loctite, Persil และ Schwarzkopf ในปีงบประมาณ 2023 Henkel รายงานยอดขายมากกว่า 21,500

ล้านยูโรและผลกำไรจากการดำเนินงานประมาณ 2,600 ล้านยูโร หุ้นบุริมสิทธิ์ของ Henkel จดทะเบียนในดัชนีหุ้น DAX ของเยอรมัน

ความยั่งยืนเป็นสิ่งที่ Henkel ยึดมั่นมายาวนาน และบริษัทมีกลยุทธ์ความยั่งยืนที่ชัดเจนพร้อมเป้าหมายเฉพาะ Henkel ก่อตั้งขึ้นในปี 1876 และปัจจุบันมีทีมงานที่มีความหลากหลายจากเพื่อนร่วมงานประมาณ 48,000 คนทั่วโลก

ซึ่งรวมกันเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง ยึดมั่นค่านิยมเดียวกัน และมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน: "Pioneers at heart for the good of generations." (บุกเบิกด้วยหัวใจเพื่อสิ่งที่ดีแก่คนรุ่นหลัง) ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.henkel.com

เอกสารนี้ประกอบด้วยคำแถลงที่อ้างถึงการพัฒนาธุรกิจในอนาคต ผลการดำเนินงานทางการเงิน และเหตุการณ์หรือการพัฒนาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Henkel ในอนาคต ซึ่งอาจเป็นคำแถลงการคาดการณ์ล่วงหน้า คำแถลงต่าง ๆ อย่างเช่น "คาดหวัง" "ตั้งใจ" "วางแผน" "คาดการณ์" "เชื่อ" "ประเมิน" และคำที่คล้ายคลึงกันเป็นลักษณะของคำแถลงเกี่ยวกับอนาคต คำแถลงดังกล่าวอ้างอิงตามการประเมินและสมมติฐานปัจจุบันของฝ่ายบริหารของบริษัท Henkel AG & Co. KGaA คำแถลงเหล่านี้ไม่ได้หมายความถึงการรับประกันว่าความคาดหวังก่อนหน้านี้จะพิสูจน์ได้ว่ามีความถูกต้อง ผลการดำเนินงานในอนาคตและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงของ Henkel AG & Co. KGaA และบริษัทในเครือขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนหลายประการ และอาจแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ (ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ) จากคำแถลงที่คาดการณ์ล่วงหน้า ปัจจัยหลายประการเหล่านี้ขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนหลายประการ และอาจแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ (ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ) จากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในอนาคต และการกระทำของผู้แข่งขันและบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในตลาด Henkel ไม่มีแผนหรือสัญญาว่าจะปรับปรุงคำแถลงการคาดการณ์ล่วงหน้า

เอกสารนี้ประกอบด้วยตัวชี้วัดทางการเงินเพิ่มเติมที่ไม่ได้นิยามไว้อย่างชัดเจนในกรอบการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้อง

และเป็นหรืออาจเป็นมาตรการทางเลือกในการวัดผลการดำเนินงาน

ผู้อ่านไม่ควรมองว่าตัวชี้วัดทางการเงินเพิ่มเติมเหล่านี้แยกกันหรือเป็นทางเลือกแทนการวัดสินทรัพย์สุทธิและสถานะทางการเงินหรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานของ

Henkel ตามที่นำเสนอตามกรอบการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องในงบแสดงฐานะทางการเงินรวม (Consolidated Financial Statement) บริษัทอื่น ๆ

ที่รายงานหรืออธิบายตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทางเลือกที่มีชื่อคล้ายคลึงกันอาจมีการคำนวณด้วยวิธีที่แตกต่างกัน

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น และไม่ควรมุ่งหมายเพื่อใช้เป็นคำแนะนำในการลงทุน การเสนอขาย หรือการชักชวนให้เสนอซื้อหลักทรัพย์ใด ๆ

สามารถดูภาพประกอบได้ที่ www.henkel.com/press

ข้อมูลการติดต่อ

Meiling Wee

+65 8799 3216

meiling.wee@henkel.com