11. marec 2025

Henkel predstavlja rezultate za leto 2024

Zelo dobri rezultati v letu 2024 dokazujejo uspešno izvajanje programa za namensko rast

* **Dobra poslovna uspešnost v poslovnem letu 2024**
  + **Prodaja: 21,6 milijarde evrov, dobra organska rast v višini 2,6 odstotka**
  + **Dobiček iz poslovanja (EBIT)\*: 3,1 milijarde evrov, zelo pomembno povečanje za 20,9 odstotka**
  + **Marža EBIT\*: 14,3 odstotka, izjemno izboljšanje za 240 bazičnih točk**
  + **Dobiček na prednostno delnico (EPS)\* bistveno višji: 5,36 evra,  
    +25,1 odstotka po stalnih menjalnih tečajih**
  + **Močan prosti denarni tok v višini 2,4 milijarde evrov**
* **Predlagano dvomestno povečanje dividend:  
  2,04 evra na prednostno delnico (+10,3 odstotka)**
* **Odločitev o novem odkupu delnic v višini do 1 milijarde evrov**
* **Nadaljnji napredek pri izvajanju programa za namensko rast**
  + **Consumer Brands: Integracija je hitrejša od načrtovane, portfeljski ukrepi so dokončani, celotni prihranki bodo doseženi že do konca leta 2025**
  + **Lepila in tehnologije: Nova ureditev, uvedena leta 2023, se obrestuje**
  + **Ambiciozni cilji varstva podnebja: Opredeljen načrt za ničelno stopnjo neto emisij**
* **Napoved za poslovno leto 2025: Pripravljeni na nadaljnjo rast zgornjih in spodnjih postavk – s počasnim začetkom leta in pospešeno rastjo tekom leta**
  + **Organska rast prodaje: 1,5 do 3,5 odstotka**
  + **Marža EBIT\*: 14,0 do 15,5 odstotka**
  + **Dobiček na prednostno delnico (EPS)\*: Povečanje** **v nizki do visoki enomestni odstotni vrednosti (po stalnih menjalnih tečajih)**

\*Prilagojeno za enkratne stroške in prihodke ter stroške prestrukturiranja.

**»Poslovno leto 2024 so ponovno zaznamovali veliki izzivi in številne gospodarske negotovosti. Kljub temu smo v preteklem letu dosledno napredovali in dosegli ali celo presegli pomembne mejnike. Predvsem zelo dobri poslovni rezultati za leto 2024 dokazujejo uspešno izvajanje našega programa za namensko rast,« je dejal Carsten Knobel, izvršni direktor družbe Henkel.**

**Napoved za leto 2025**

Po zmerni rasti v letu 2024 se pričakuje, da bo svetovna gospodarska proizvodnja tudi v letu 2025 na tej ravni. To predpostavlja zmerno povečanje tako industrijskega kot potrošniškega povpraševanja na ključnih področjih poslovanja s potrošniškimi izdelki družbe Henkel. Poleg tega se na podlagi trenutnih ocen pričakuje, da se bo svetovna inflacija v poslovnem letu 2025 v primerjavi s prejšnjimi leti še naprej zmanjševala, znižale pa naj bi se tudi obrestne mere.

Kar zadeva cene neposrednih materialov, Henkel pričakuje povišanje v nizkem do srednjem enomestnem odstotnem območju v primerjavi z letnim povprečjem leta 2024. Prevedba prodaje v tujih valutah naj bi imel nevtralen do negativen učinek v nizkem enomestnem odstotnem razponu.

Poleg tega se pričakuje, da bosta nestanovitnost in negotovost v zvezi s splošnim makroekonomskim ter geopolitičnim okoljem vse leto ostali visoki.

Ob upoštevanju teh predpostavk družba Henkel pričakuje, da bo v poslovnem letu 2025 dosegla **organsko rast prodaje** med 1,5 in 3,5 odstotka. Organska rast v poslovni enoti Lepila in tehnologije naj bi znašala med 2,0 in 4,0 odstotka, v poslovni enoti Consumer Brands pa med 1,0 in 3,0 odstotka. **Prilagojena donosnost prodaje (prilagojena marža EBIT)** se pričakuje v razponu od 14,0 do 15,5 odstotka. V poslovni enoti Lepila in tehnologije naj bi prilagojena donosnost prodaje znašala med 16,0 in 17,5 odstotka, pri Consumer Brands pa med 13,5 in 15,0 odstotka. Pri **prilagojenem dobičku na prednostno delnico (EPS)** po stalnih menjalnih tečajih se pričakuje povečanje v razponu od nizke do visoke enomestne odstotne vrednosti.

Zato se pričakuje počasnejši začetek leta, vendar naj bi se organska rast prodaje tekom leta pospešila, kar bo privedlo do močnejše druge polovice poslovnega leta 2025 v primerjavi s prvo polovico. To velja za obe poslovni enoti. Razlogi za to so trenutno zahtevno industrijsko okolje ter umirjena rast trga in razpoloženje potrošnikov na nekaterih naših trgih, zlasti v Severni Ameriki.

Za poslovno enoto **Consumer Brands** je treba upoštevati visoko primerljivo organsko rast prodaje iz prejšnjega leta, zlasti zaradi močnih inovacijskih izdelkov, ki so bili uvedeni na trg v prvi polovici leta 2024. V letu 2025 bo uvedba inovacij bolj usmerjena v drugo polovico leta. Poleg tega bodo k rasti organske prodaje v prvem četrtletju in obsegom, ki bodo nižji od predhodnega leta, prispevale tudi enkratne operativne teme v naši dobavni verigi v povezavi z dokončnim oblikovanjem pristopa 1-1-1 ter postopnim uvajanjem promocijskih ukrepov. Za prvo četrtletje bo organska rast prodaje po pričakovanjih znašala med   
–2 do –4 odstotki, medtem ko naj bi bil razvoj cen pozitiven. Za celotno leto 2025 se pričakuje pozitivna rast organske prodaje, ki bo temeljila na obsegu in ceni.

Za celotno leto 2025 se pričakuje nadaljnje izboljšanje marže in s tem dobičkonosnosti v primerjavi s prejšnjim letom za obe poslovni enoti in s tem za skupino. Razvoj v prvih dveh mesecih poslovnega leta 2025 kaže, da so družba Henkel in obe poslovni enoti na dobri poti.

**Prodaja in dobiček na ravni skupine v poslovnem letu 2024**

**Prodaja** skupine Henkel je v poslovnem letu 2024 dosegla 21.586 milijarde evrov, kar je nominalno 0,3 odstotka več kot v predhodnem letu. Učinki tujih valut so negativno vplivali na prodajo v višini –1,8 odstotka. Prilagojena tem valutnim vplivom je bila rast prodaje 2,1-odstotna. Prevzemi/odprodaje so imeli rahlo negativen vpliv na prodajo v višini –0,4 odstotka, kar je bila predvsem posledica odtujitve naših poslovnih dejavnosti v Rusiji v letu 2023. **Organska rast prodaje**, tj. prilagojena za učinke deviznih tečajev in prevzemov/odprodaj, je pokazala dober razvoj in je znašala 2,6 odstotka. K temu sta prispevala tako dober razvoj cen kot tudi pozitiven razvoj obsega.

**Prilagojeni dobiček iz poslovanja (prilagojeni EBIT)** se je znatno povečal, in sicer za 20,9 odstotka na 3.089 milijarde evrov (predhodno leto: 2.556 milijarde evrov). **Prilagojena donosnost prodaje (prilagojena marža EBIT)** je bila v poslovnem letu 2024 prav tako bistveno višja kot leto prej in je znašala 14,3 odstotka (leta 2023: 11,9 odstotka). **Prilagojeni dobiček na prednostno delnico** se je znatno povečal, in sicer za 23,2 odstotka na 5,36 evra (prejšnje leto: 4,35 evra). Po stalnih menjalnih tečajih se je prilagojeni dobiček na prednostno delnico povečal za 25,1 odstotka. **Neto obratni kapital** kot odstotek prodaje je znašal 3,0 odstotka, kar je nekoliko več kot leto prej (2023: 2,6 odstotka). **Prosti denarni tok** je znašal 2.362 milijarde evrov in se je v primerjavi s prejšnjim letom zmanjšal (2023: 2.603 milijarde evrov), pri čemer je na slednjega pozitivno vplivala normalizacija neto obratnega kapitala. **Neto finančni položaj**, ki je znašal –93 milijonov EUR, je bil nekoliko nižji od ravni iz prejšnjega leta, zlasti zaradi plačil za prevzeme (31. december 2023: 12 milijonov EUR).

**Uspešnost poslovnih enot v poslovnem letu 2024**

**Prodaja** v poslovni enoti **Lepila in tehnologije** je v poslovnem letu 2024 znašala 10.970 milijarde evrov in se je tako nominalno povečala za 1,7 odstotka na letni ravni. Medtem ko so učinki deviznih tečajev negativno vplivali v višini –1,8 odstotka, so prevzemi/odprodaje povečali prodajo za 1,1 odstotka. **Organsko** se je prodaja povečala za 2,4 odstotka. K tej rasti prodaje je prispeval zlasti močan količinski razvoj v drugi polovici leta v primerjavi s prejšnjim letom, predvsem zaradi povečanega povpraševanja na nekaterih ključnih končnih trgih. Cene so v primerjavi s prejšnjim letom ostale nespremenjene. **Prilagojeni dobiček iz poslovanja** v višini 1.817 milijarde evrov je zabeležil dvomestno odstotno povečanje v primerjavi s preteklim letom, kar predstavlja novo najvišjo vrednost za poslovno enoto. **Prilagojena donosnost prodaje** se je na letni ravni znatno povečala, in sicer za 190 bazičnih točk na 16,6 odstotka.

**Prodaja** v poslovni enoti **Consumer Brands** je v obravnavanem letu znašala 10,467 milijarde evrov, kar je nominalno –0,9 odstotka manj kot v predhodnem letu. Učinki tujih valut so prodajo zmanjšali za –1,8 odstotka. Učinki tujih valut so zmanjšali prodajo za –1,8 odstotka. Tudi prevzemi/odtujitve so negativno vplivali na prodajo, in sicer za –2,0 odstotka, pri čemer je bil glavni vzrok odtujitev naših poslovnih dejavnosti v Rusiji aprila 2023. **Organsko** se je prodaja povečala za 3,0 odstotka. K tej rasti prodaje je prispeval zelo močan razvoj cen, medtem ko se je obseg zmanjšal predvsem zaradi tekočih ukrepov za optimizacijo portfelja. **Prilagojeni dobiček iz poslovanja** je znašal 1,419 milijarde evrov, kar je bistveno več kot v predhodnem letu (1,115 milijarde evrov). **Prilagojena donosnost prodaje** je dosegla 13,6 odstotka in se je tako v primerjavi s prejšnjim letom znatno povečala za 300 bazičnih točk.

**Velik napredek pri preoblikovanju**

V zadnjih nekaj letih se je Henkel temeljito spremenil na številnih področjih in dosledno izvajal svoj strateški program za namensko rast. Ključni dejavniki dolgoročnega in trajnostnega uspeha so pripravljenost ter odločnost za nenehno preoblikovanje. Cilj je doseči trajnostno izboljšanje rezultatov. Da bi to dosegli, se mora podjetje nenehno spreminjati in dodatno razvijati. To se dogaja na vseh področjih.

**Consumer Brands: Združitev poteka hitreje, kot je bilo načrtovano**

Verjetno najpomembnejša sprememba v Henklovi nedavni zgodovini je združitev naših segmentov s področja potrošniškega blaga v poslovno enoto **Consumer Brands**, ki je bila napovedana v začetku leta 2022. Od takrat se je zgodilo veliko. Poslovna enota v novi ureditvi deluje od začetka leta 2023, pozitiven razvoj pa je bil viden že v tem letu. V preteklem poslovnem letu 2024 je postalo očitno, da je bila naša odločitev o združitvi prej ločenih poslovnih enot za potrošniško blago v enotno platformo pravilna.

Integracija enote Consumer Brands je napredovala veliko hitreje, kot je bilo sprva načrtovano: v smislu integracije ekipe, prestrukturiranja portfelja in doseganja sinergij. Prva faza integracije, ki je vključevala predvsem združitev prodajnih in trženjskih ekip, je bila zaključena leta 2024. V drugi fazi, ki poteka od leta 2023, naj bi bili celotni prihranki stroškov zaradi izboljšanja dobavne verige, tj. proizvodnih omrežij in dobavnih verig, doseženi do konca leta 2025.

Hkrati se poslovna enota Consumer Brands dosledno osredotoča na močne blagovne znamke in podjetja z visokimi bruto maržami ter na vodilne položaje na trgih in v kategorijah. Pozitivni učinki osredotočanja na močno rast ter blagovne znamke in posle z visoko maržo se obrestujejo: Deset največjih blagovnih znamk v okviru enote Consumer Brands, ki so leta 2024 predstavljale več kot polovico prihodkov, je doseglo zelo močno organsko rast, skupaj s pozitivno rastjo obsega.

**Nadaljnji napredek pri vseh strateških prednostnih nalogah**

V zahtevnem makroekonomskem in geopolitičnem okolju je Henkel v preteklem poslovnem letu še naprej dosledno izvajal svojo strategijo rasti in dosegel pomemben napredek na vseh področjih. Družba je nadalje razvijala svoj portfelj dejavnosti in blagovnih znamk, krepila svojo konkurenčno prednost na področjih inovacij, trajnosti in digitalizacije, optimizirala svoje modele poslovanja ter krepila svojo korporativno kulturo.

V okviru **aktivnega upravljanja portfelja** je družba Henkel nadalje razvijala svoj portfelj z opuščanjem ali odprodajo dejavnosti ter s prevzemi. S prodajo dejavnosti trgovskih blagovnih znamk v Severni Ameriki v začetku letošnjega leta je družba Henkel zaključila ukrepe v zvezi s svojim portfeljem. Ti so bili napovedani ob začetku združevanja prej ločenih potrošniških dejavnosti. Poslovanje z blagovnimi znamkami trgovcev na drobno je bilo opredeljeno kot nepomembna dejavnost znotraj poslovne enote Consumer Brands, saj sta potencial za izkoriščanje sinergij in prihodnja strateška skladnost z integrirano platformo Consumer Brands omejena. Vključno s to transakcijo je družba Henkel od začetka leta 2022 odprodala ali opustila blagovne znamke in dejavnosti, ki predstavljajo skupno prodajo v višini nekaj več kot 1 milijarde evrov.

Aktivno upravljanje portfelja vključuje tudi krepitev in širitev portfelja s **prevzemi**: V začetku leta 2024 je Henkel na Kitajskem prevzel znano blagovno znamko za nego las Vidal Sassoon. Ta pridobitev odlično dopolnjuje lokalni portfelj enote Consumer Brands na Kitajskem, saj pokriva premium segment v maloprodaji. Portfelj blagovne znamke Vidal Sassoon je namenjen predvsem premium segmentu nege las s šamponi in regeneratorji, vključuje pa tudi izdelke, povezane s stilskim oblikovanjem in tretmaji za nego las.

Henkel je tudi investiral v prevzeme, da bi razširil svoj portfelj v poslovni enoti Lepila in tehnologije, in sicer je prevzel podjetje Seal for Life Industries s sedežem v ZDA. To podjetje zagotavlja zaščitne premaze in rešitve za tesnjenje infrastrukture v panogah, kot so obnovljivi viri energije, plin in voda. Ta pridobitev dopolnjuje nakup podjetja Critica Infrastructure iz leta 2023, ki je prav tako specializirano za vzdrževanje in popravila infrastrukture. S temi nakupi smo razširili svoj obstoječi portfelj v privlačni in obetavni dejavnosti vzdrževanja, popravil in remontov ter ustvarili platformo za nadaljnjo rast.

Leta 2024 je družba Henkel na trg lansirala številne **inovacije**, s katerimi je upoštevala pomembne trende ter ustvarjala vrednost za stranke in potrošnike. Za poslovno enoto Lepila in tehnologije je bil lani na sedežu podjetja odprt najsodobnejši center za testiranje baterij, ki je neposredno povezan z največjim globalnim inovacijskim centrom poslovne enote – Inspiration Center Düsseldorf.

S tem novim testnim centrom Henkel bistveno širi svoje zmogljivosti v segmentu e-mobilnosti in krepi svoj položaj vodilnega razvojnega ter inovacijskega partnerja za avtomobilske proizvajalce in proizvajalce baterij.

Primer inovacij v segmentu Consumer Brands je novo razvita encimska tehnologija za Perwoll, ki ne skrbi le za tkanine, temveč tudi pomaga ohranjati barve oblačil. Učinek obnove vlaken je viden že po desetih pranjih in tako spodbuja dolgo življenjsko dobo tkanin.

Poleg tega je Henkel **trajnost** še bolj zasidral v poslovanje in okrepil svojo zavezanost temu področju. V ta namen je Henkel razvil načrt za ničelno stopnjo neto emisij, ki vključuje razširjene cilje za zmanjšanje emisij v celotni vrednostni verigi. Podjetje želi zavezujoče prispevati k omejitvi globalnega segrevanja na 1,5 °C, kot je dogovorjeno v Pariškem podnebnem sporazumu. Henklov načrt, ki ga je potrdila tudi pobuda Science Based Targets Initiative, opisuje, kaj družba počne, da bi do leta 2045 dosegla ničelno stopnjo neto emisij toplogrednih plinov. To vključuje številne ukrepe v celotni vrednostni verigi. Poleg tega je Henkel postal prvo podjetje, ki kotira na borzi DAX, ki je po vsem svetu uvedlo spolno nevtralen starševski dopust – s polnim nadomestilom plače. Ta korak je naletel na zelo pozitivne odzive zaposlenih in javnosti.

Henkel je dosegel nadaljnji napredek tudi na področju **digitalizacije**. V letu 2024 je bil ključna tema hiter napredek na področju umetne inteligence (UI). V družbi Henkel je umetna inteligenca že več let sestavni del digitalne strategije. UI se na primer uporablja pri avtomatizaciji procesov, v laboratoriju za razvoj lepil, v virtualno povezanih globalnih proizvodnih obratih, pri avtonomnih robotih v proizvodnih obratih in pri uporabi klepetalnih robotov na spletnih straneh blagovnih znamk družbe Henkel. Leta 2024 je digitalna enota Henkel dx dodatno optimizirala svoje notranje strukture, okrepila svoje digitalno strokovno znanje in izkušnje ter spodbujala kulturo odprtih inovacij. Poleg tega ima Henkel koristi od strateških partnerstev z vodilnimi svetovnimi digitalnimi podjetji, kot so SAP, Microsoft in Adobe. Ta sodelovanja podjetju Henkel omogočajo, da v svoje digitalne platforme in projekte vključuje najsodobnejše tehnologije. S pospeševanjem digitalnih inovacij, izpopolnjevanjem strategije svojih platform in izboljšanjem medfunkcijskega sodelovanja v vseh poslovnih enotah ter funkcijah je družba Henkel znatno izboljšala svojo učinkovitost informacijske tehnologije.

Henkel v okviru svoje dolgoročne strategije rasti nenehno usklajuje svoje poslovne enote z zahtevami dinamičnih trgov in spreminjajočimi se pričakovanji strank, da bi dosegel dolgoročni uspeh s **poslovnimi modeli, pripravljenimi na prihodnost**. To vključuje tudi nenehno izboljševanje poslovnih procesov v celotnem podjetju.

Eden od primerov je vzpostavitev globalnega tehnološkega centra v Bangaloreju v Indiji, kjer že več kot 500 IT-strokovnjakov ustvarja popolnoma integrirano notranje digitalno središče. S tem Henkel povečuje svojo stroškovno učinkovitost in krepi svoje notranje strokovno znanje. V prihodnjih letih je načrtovana nadaljnja širitev tehnološkega centra. Henkel je pod eno streho združil tudi svoje dejavnosti v okviru tveganega kapitala. Ob prehodu na S/4Hana v letih 2025 do 2028 bo družba Henkel tudi ocenila, kako naj svoje strukture in procese naredi bolj agilne ter prilagodljive. V zvezi s tem na primer razmišlja o ustanovitvi ločenih pravnih subjektov za dve obstoječi poslovni enoti, najprej v Nemčiji, nato pa postopoma – po potrebi – v izbranih večjih državah. Strateško in operativno upravljanje skupine in njenih poslovnih enot bo ostalo nespremenjeno. S tem naj bi podprli prihodnje potrebe podjetij in načrt rasti družbe Henkel.

Henkel je v preteklem letu dodatno okrepil tudi svojo **kulturo podjetja**. Pobuda Accelerate Cultural Transformation (ACT), ki se je začela leta 2023, se je uspešno nadaljevala v celotni globalni organizaciji. Ta pobuda spodbuja poglobljen dialog in močnejšo povezanost znotraj delovnih skupin. Lani je bila pobuda ACT osredotočena na dajanje in odprto obravnavanje konstruktivnih povratnih informacij. Kultura sodelovanja je tesno povezana s spodbujanjem raznolikosti, enakosti in vključenosti. Za nadaljnje povečanje raznolikosti družba Henkel sledi strategiji, ki temelji na treh stebrih: Prvič, ozaveščanje z različnimi oblikami, kot so kampanje in dogodki. Drugič, krepitev vključujočega vedenja s programi usposabljanja za vodje in zaposlene. In tretjič, nenehno izboljševanje strukturnih pogojev, kot je ponudba programov, ki podpirajo usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja, ter odpravljanje strukturnih ovir.

Ena od ambicij družbe Henkel je do konca leta 2025 doseči enakost spolov na vseh vodstvenih ravneh. Trenutno v družbi Henkel po vsem svetu približno 42 odstotkov vodstvenih položajev zavzemajo ženske.

»Poslovno leto 2024 je bilo za Henkel zelo uspešno in pomembno. Dosegli smo svoje finančne cilje, ki smo jih med letom dvakrat zvišali. Dosledno smo izvajali naš program za namensko rast v vseh strateških razsežnostih ter odločno in uspešno napredovali pri preoblikovanju. Smo na pravi poti in preoblikovanje našega podjetja kaže oprijemljive rezultate. Z jasno strategijo, močno ekipo in edinstveno kulturo podjetja smo dobro pripravljeni na prihodnost,« je povzel Carsten Knobel.

Več o Henklu

Henkel s svojimi blagovnimi znamkami, inovacijami in tehnologijami zavzema vodilne položaje v industriji in maloprodaji po vsem svetu. Henklova poslovna enota Lepila in tehnologije je vodilna na svetovnem trgu lepil, tesnil in funkcionalnih premazov. Poslovna enota Consumer Brands zavzema vodilni položaj na številnih trgih in v številnih kategorijah po vsem svetu, zlasti na področju Pralna sredstva in čistila ter Izdelki za lase. Henklove tri najmočnejše blagovne znamke so Loctite, Persil in Schwarzkopf. V poslovnem letu 2024 je Henkel zabeležil prodajo v višini več kot 21,6 milijarde evrov in prilagojeni dobiček iz poslovanja v višini približno 3,1 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 47.000 ljudi, ki jih združujejo močna korporativna kultura, skupne vrednote in enoten smoter: »Pioneers at heart for the good of generations.« Več podrobnosti je na voljo na spletni strani <www.henkel.si>

Ta dokument vsebuje izjave, ki se nanašajo na prihodnji poslovni razvoj, finančno uspešnost in druge dogodke ali razvoj, ki bodo v prihodnosti pomembni za družbo Henkel in lahko predstavljajo izjave, ki se nanašajo na prihodnost. Za izjave v zvezi s prihodnostjo je značilna uporaba besed, kot so pričakovati, nameravati, načrtovati, predvidevati, verjeti, ocenjevati in podobni izrazi. Take izjave temeljijo na trenutnih ocenah in predpostavkah vodstva družbe Henkel AG & Co. KGaA. Teh izjav nikakor ne gre razumeti kot jamstvo, da se bodo ta pričakovanja izkazala za točna. Prihodnje poslovanje in dejansko doseženi rezultati podjetja Henkel AG & Co. KGaA ter njegovih povezanih družb so odvisni od številnih tveganj in negotovosti, zato se lahko bistveno razlikujejo (tako v pozitivnem kot negativnem smislu) od izjav o prihodnosti. Na številne od teh dejavnikov družba Henkel nima vpliva in jih ni mogoče vnaprej natančno oceniti, kot so prihodnje gospodarsko okolje ter dejanja konkurentov in drugih udeležencev na trgu. Družba Henkel ne načrtuje in se ne zavezuje, da bo posodobila izjave, usmerjene v prihodnost.

Ta dokument vključuje dodatne finančne kazalnike, ki niso jasno opredeljeni v veljavnem okviru finančnega poročanja in so ali bi lahko bili alternativni kazalniki uspešnosti. Teh dopolnilnih finančnih kazalnikov ni dovoljeno obravnavati ločeno ali kot alternativne ukrepe za merjenje Henklovih neto sredstev in finančnega položaja ali rezultatov poslovanja, kot so predstavljeni v skladu z veljavnim okvirom finančnega poročanja v njegovih konsolidiranih računovodskih izkazih. Druga podjetja, ki poročajo ali opisujejo podobno poimenovane alternativne kazalnike uspešnosti, jih lahko izračunavajo drugače.

Ta dokument je bil izdan zgolj v informativne namene in ni namenjen investicijskemu svetovanju ali ponudbi za prodajo ali nagovarjanju k ponudbi za nakup kakršnih koli vrednostnih papirjev.

Stik Jelena Gavrilović Šarenac

Telefon +381 60 207 22 09

E-pošta jelena.sarenac@henkel.com

[www.henkel.si](https://henkelgroup-my.sharepoint.com/personal/tijana_antic_henkel_com/Documents/Documents/KORPORATIVNE%20KOMUNIKACIJE/Saopštenja/Slovenija/www.henkel.si)