

**Tlačová správa**

25. február 2016

Finančný rok 2015 hodnotí spoločnosť Henkel ako úspešný:

**Výrazný rast obratu aj výnosov**

* **Obrat: +10,1% na 18 089 miliónov eur (organický rast: +3,0 %)**
* **Prevádzkový zisk\*: +12,9 % na 2 923 miliónov eur**
* **Marža EBIT\*: + 0,4 percentuálneho bodu na 16,2 %**
* **Zisk na prioritnú akciu\* (EPS): +11,4 % na 4,88 eura**
* **Navrhovaná dividenda: +12,2 % na 1,47 eura na prioritnú akciu**

**Düsseldorf – „Rok 2015 bol vynikajúcim rokom pre spoločnosť Henkel. Zaznamenali sme dvojciferné zvýšenie obratu, zisku, výnosov na akciu a navrhovaných dividend. Všetky tri divízie vykázali presvedčivý organický rast a výrazné zlepšenie zisku,” povedal predseda predstavenstva spoločnosti Henkel Kasper Rorsted. „K našim priaznivým výsledkom opäť najviac prispeli rozvíjajúce sa trhy. Okrem toho sme dosiahli ďalší nárast organického obratu na vyspelých trhoch.“**

**„Napriek zložitému ekonomickému prostrediu sme zaznamenali výborné finančné výsledky, pokračovali sme v úspešnej implementácii našej stratégie a položili sme silné základy do budúcnosti. Po troch rokoch nášho štvorročného strategického cyklu sme na najlepšej ceste splniť naše hlavné ciele na rok 2016,” Rorsted zhrnul vývoj v spoločnosti Henkel.**

**\* Upravené o jednorazové poplatky/zisky a náklady na reštrukturalizáciu.**

**Výhľad na rok 2016**

**V súvislosti s aktuálnym finančným rokom a finančnými cieľmi v roku 2016 Rorsted povedal: „Ekonomické a politické prostredie zostáva náročné. Preto budeme pokračovať v prispôsobovaní našich procesov a štruktúr podmienkam na trhu a ďalej zvyšovať našu efektivitu a konkurencieschopnosť. Očakávame, že v priebehu celého finančného roka 2016 dosiahneme organický rast obratu na úrovni 2 až 4 percent. Upravená marža EBIT by sa mala zvýšiť na približne 16,5 percent a zároveň vo finančnom roku 2016 očakávame rast upravených výnosov na prioritnú akciu v rozmedzí od 8 do 11 percent. Vzhľadom na priemerný ročný rast upravených výnosov na prioritnú akciu vo výške 9,7 percent v rokoch 2013 až 2015 máme všetky predpoklady na dosiahnutie cieľovej hodnoty kumulovanej ročnej miery rastu (CAGR) vo výške 10 percent v rámci aktuálneho strategického cyklu.“**

**Obrat a zisk v roku 2015**

**Obrat** vo výške 18 089 miliónov eur za účtovný rok 2015 výrazne presiahol úroveň v predchádzajúcom roku. Menový vývoj prispel k obratu vo výške 4,4 percent. Pozitívny vplyv z akvizícií a odpredajov bol kvantifikovaný na úrovni 2,7 percent. **V organickom obrate,** do ktorého sa nezapočítavajú kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredaja, sme zaznamenali presvedčivý nárast o 3,0 %.

Všetky divízie vykázali organický rast obratu a spoločnosť Henkel celkovo zvýšila svoj trhový podiel na relevantných trhoch. Divízia Laundry & Home Care zaznamenala organický rast obratu na úrovni 4,9 %. Obrat v divízii **Beauty Care** organicky vzrástol o 2,1 %, pričom divízia **Adhesive Technologies** vykázala organický rast obratu vo výške 2,4 %.

Po zahrnutí jednorazových poplatkov, jednorazových ziskov a nákladov na reštrukturalizáciu sa **upravený prevádzkový zisk** výrazne zvýšil o 12,9 % na 2 923 mil. eur (2 588 mil. eur v predchádzajúcom roku). Na týchto pozitívnych výsledkoch mali podiel všetky tri obchodné divízie. Vykázaný prevádzkový zisk (EBIT) dosiahol hodnotu 2 645 mil. eur v porovnaní s 2 244 mil. eur v predchádzajúcom roku.

**Upravená výnosnosť predaja** (marža EBIT)sa zvýšila o 0,4 percentuálneho bodu z 15,8 % na 16,2 %. Vykázaná výnosnosť predaja vzrástla o 0,9 percentuálneho bodu na 14,6 % (13,7 % v predchádzajúcom roku).

**Hospodársky výsledok** sa zlepšil z -49 miliónov eur na -42 miliónov eur. **Daňové zaťaženie** predstavovalo 24,4 % a prakticky sa v porovnaní s jeho hodnotou v predchádzajúcom roku na úrovni 24,3 % nezmenilo.

**Upravený čistý ročný zisk** sa po odpočítaní menšinových podielov zvýšil o 11,4 % na 2 112 mil. eur (z 1,896 mil. eur v roku 2014). Vykázaný čistý zisk vzrástol o 18,4 % zo 1 662 mil. eur na 1 968 mil. eur. Po odpočítaní menšinových podielov vo výške 47 miliónov eur sa čistý zisk zvýšil na 1,921 mil. eur (1 628 mil. eur v predchádzajúcom roku).

**Upravené výnosy na prioritnú akciu** (EPS) sa zvýšili o 11,4 % z 4,38 eur na 4,88 eur**.** Vykázaný EPS sa zvýšil z 3,76 eur na 4,44 eur.

Predstavenstvo, dozorná rada a výbor akcionárov predložia výročnému valnému zhromaždeniu, ktoré sa bude konať 11. apríla 2016, návrh na zvýšenie **dividend** o 12,2 percent na 1,47 eur v prípade prioritných akcií (v predchádzajúcom roku 1,31eur) a o 12,4 % na 1,45 eur v prípade kmeňových akcií (v predchádzajúcom roku 1,29 eur). Uvedeným zvýšením dosiahne podiel vyplácaných dividend úroveň 30,2 %.

Pomer **čistého prevádzkového kapitálu** k obratu sa zvýšil o 0,4 percentuálneho bodu zo 4,2 % na 3,8 %.

Na konci roka mala **čistá finančná pozícia** hodnotu 335 mil. eur (-153 mil. eur k   
31. decembru 2014).

**Výsledky obchodných divízií**

V roku 2015divízia **Laundry & Home Care** veľmi úspešne pokračovala v raste ziskovosti z predchádzajúcich rokov. Obrat sa organicky medziročne zvýšil o 4,9 %, čím výrazne prekonal vývoj na relevantných trhoch. Nominálne sa **obrat** zvýšil o 11,0 % na 5 137 mil. eur a po prvý raz presiahol hranicu 5 mld. eur.

Výrazný nárast na rozvíjajúcich sa trhoch mal opäť najväčší podiel na organickom raste obratu v roku 2015. Regióny východnej Európy, Latinskej Ameriky a Ázie (okrem Japonska) dosiahli veľmi silný rast. Región Afriky a Blízkeho východu takisto zaznamenal výnimočne silný rast. V porovnaní s predchádzajúcim rokom sa však rast spomalil vzhľadom na zložité podmienky na trhu.

Výsledky na vyspelých trhoch boli pozitívne. Severoamerický trh zaznamenal presvedčivý nárast obratu, ktorý bol pozitívny aj v západnej Európe.

**Upravený prevádzkový zisk** sa výrazne zvýšil o 17,4 % na 879 miliónov eur. Upravená výnosnosť predaja zaznamenala veľmi výrazné zlepšenie o 0,9 percentuálneho bodu na 17,1 %. Vykázaný prevádzkový zisk v skutočnosti vzrástol o 27,8 % zo 615 mil. eur na 786 mil. eur.

Vo finančnom roku 2015 obchodná divízia **Beauty Care** takisto pokračovala v raste ziskovosti z prechádzajúcich rokov. Organický rast obratu dosiahol 2,1 %, čím opäť prekonal rast relevantných trhov. V nominálnom vyjadrení sa **obrat** zvýšil o 8,1 % na 3 833 mil. eur.

Z pohľadu regiónov boli obchodné výsledky veľmi presvedčivé na rozvíjajúcich sa trhoch. Veľmi silný rast vykázali predovšetkým rozvíjajúce sa trhy v Ázii (okrem Japonska) vďaka úspešnému rozvoju obchodných aktivít v Číne. V Latinskej Amerike sa podarilo dosiahnuť dvojciferný rast obratu. V regióne Afriky a Blízkeho východu obchodná divízia nadviazala na úspešný vývoj v predchádzajúcich rokoch a zaznamenala presvedčivú mieru rastu. Silný rast vykázal aj región východnej Európy.

Podnikanie na vyspelých trhoch naďalej ovplyvňovali intenzívna konkurencia a silný tlak v cenotvorbe, ako aj v oblasti reklamy. V takýchto náročných podmienkach obrat na vyspelých trhoch mierne zaostal za úrovňou z predchádzajúceho roka predovšetkým pod vplyvom vývoja v západnej Európe a na vyspelých trhoch ázijsko-pacifického regiónu. Vo vysoko konkurenčnom prostredí severná Amerika vykázala presvedčivý rast obratu v porovnaní s predchádzajúcim rokom.

**Upravený prevádzkový zisk** sa v porovnaní s predchádzajúcim rokom zvýšil o 12,2 % na 610 miliónov eur, čo predstavuje doposiaľ najlepší výsledok tejto obchodnej divízie. Upravená výnosnosť predaja sa výrazne zlepšila o 0,6 percentuálneho bodu na 15,9 %. Vykázaný prevádzkový zisk vzrástol o 33,3 % na 561 miliónov eur.

Divízia **Adhesive Technologies** zaznamenala výrazné zvýšenie organického obratu vo výške 2,4 %, a teda rástla rovnakým tempom ako trh. Nominálne sa **obrat** zvýšil o 10,6 % z 8 127 mil. eur v predchádzajúcom roku na 8 992 mil. eur.

Obchodná divízia dosiahla výrazné zvýšenie organického obratu na rozvíjajúcich sa trhoch, pričom Latinská Amerika zaznamenala veľmi silný rast. Regióny Afriky a Blízkeho východu a východnej Európy vykázali výrazný rast obratu napriek pretrvávajúcej zložitej politickej situácii a náročnému ekonomickému prostrediu. Obrat v Ázii (okrem Japonska) zaznamenal pozitívny vývoj.

Obrat na vyspelých trhoch bol celkovo pozitívny, a to najmä v západnej Európe a severnej Amerike. Vyspelé trhy ázijsko-pacifického regiónu zaznamenali presvedčivý rast.

**Upravený prevádzkový zisk** sa zvýšil o 9,4 % na 1 534 miliónov eur, čo predstavuje doposiaľ najlepší výsledok tejto obchodnej divízie. Upravená výnosnosť predaja na úrovni 17,1 % mierne zaostala za vysokými hodnotami z predchádzajúceho roka. Vykázaný prevádzkový zisk sa zvýšil o 8,7 % na 1 462 mil. eur.

**Výsledky v jednotlivých regiónoch**

V trhovom prostredí **západnej Európy,** na ktorom pretrváva silná konkurencia, sa obrat zvýšil o 5,6 % na 6 045 miliónov eur. Organický obrat sa mierne znížil o 0,3 %. Pozitívne výsledky v krajinách ako Francúzsko a Veľká Británia však nedokázali úplne kompenzovať pokles vo Švajčiarku a v severnej Európe. Obratvo **východnej Európe** sa medziročne znížil na 2 695 mil. eur vzhľadom na výraznú devalváciu rubľa a iných mien v regióne. Organický rast však vzrástol o 7,3 % najmä vďaka rozvoju obchodných aktivít v Rusku a Turecku. Napriek politickým a sociálnym nepokojom v niektorých krajinách sa obrat v regióne **Afriky a Blízkeho východu** nominálne zvýšil o 17,3 % na 1 329 mil. eur. Organický rast obratu dosiahol úroveň 6,8 %, k čomu významne prispela každá z obchodných divízií.

V **Severnej Amerike** sa obrat výrazne zvýšil o 26,5 % na 3 648 mil. eur. Na tomto zvýšení sa podieľali pozitívne kurzové vplyvy a akvizície uskutočnené v roku 2014. Región vykázal presvedčivý organický rast obratu na úrovni 2,3 %. Obrat v **Latinskej Amerike** vzrástol o 7,9 % na 1 110 mil. eur, pričom organický rast obratudosiahol 8,8 %, k čomu výraznou mierou prispel dvojciferný rast v Mexiku. Obrat v **ázijsko-pacifickom regióne** sa výrazne medziročne zvýšil o 17,1 % na 3 134 miliónov eur. Napriek spomaleniu rastu v Číne organický obrat v tomto regióne takisto vzrástol o 2,5 %.

Obrat na **rozvíjajúcich sa trhoch** východnej Európy, Afriky a Blízkeho východu, Latinskej Ameriky a Ázie (okrem Japonska) sa výrazne medziročne zvýšil na 7 797 mil. eur. S prispením všetkých troch obchodných divízií sa organický obrat zlepšil o 5,9 %. Rozvíjajúce sa trhy mali na organickom raste obratu opäť nadpriemerný podiel. Vzhľadom na kurzové vplyvy sa podiel obratu z rozvíjajúcich sa trhov mierne znížil na 43 %. Na **vyspelých trhoch** obrat organicky vzrástol o 0,7 % a dosiahol hodnotu 10 164 mil. eur.

**Výsledky spoločnosti za štvrtý štvrťrok 2015**

**Obrat** sa v štvrtom štvrťrokumedziročne zvýšil o 6,0 % na 4 374 mil. eur (v predchádzajúcom roku 4 126 mil. eur). **Organický obrat**, do ktorého sa nezapočítavajú kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredaja, zaznamenal nárast o 2,9 %. Po zahrnutí jednorazových poplatkov, jednorazových ziskov a nákladov na reštrukturalizáciu sa **upravený prevádzkový zisk** zvýšil o 11,3 % zo 602 mil. eur na 670 mil. eur. Vykázaný prevádzkový zisk (EBIT) vzrástol o 39,0 % na 616 mil. eur v porovnaní s 444 mil. eur v rovnakom štvrťroku predchádzajúceho roka.

**Upravená výnosnosť predaja** (marža EBIT) sa zvýšila o 0,7 percentuálneho bodu zo 14,6 % na 15,3 %. Vykázaná výnosnosť predaja vzrástla o 3,3 percentuálneho bodu z 10,8 % na 14,1 %. **Upravený čistý štvrťročný zisk** sa po odpočítaní menšinových podielov zvýšil o 9,8 % oproti predchádzajúcemu roku zo 437 mil. eur na 480 mil. eur. Vykázaný čistý štvrťročný zisk vzrástol o 48,7 % na 461 mil. eur (v predchádzajúcom roku predstavoval 310 mil. eur). Po odpočítaní menšinových podielov vo výške 15 miliónov eur čistý zisk predstavoval 446 mil. eur (298 mil. eur v rovnakom štvrťroku predchádzajúceho roka). **Upravené výnosy na prioritnú akciu** (EPS) sa zvýšili o 9,9 % z 1,01 eur na 1,11 eur.Vykázaný EPS sa zvýšil oproti rovnakému štvrťroku v predchádzajúcom roku o 49,3 %, z 0,69 eur na 1,03 eur.

**Pokrok v realizácii stratégie**

V účtovnom roku 2015 spoločnosť Henkel dosiahla zásadný pokrok v realizácii svojej stratégie pre obdobie do roku 2016 vo všetkých štyroch strategických prioritách: Prekonať, Globalizovať, Zjednodušiť a Inšpirovať.

**Outperform alebo prekonať konkurenciu**

Aj v roku 2015 spoločnosť Henkel pokračovala v posilňovaní svojich top značiek. Značky Persil, Schwarzkopf a Loctite spoločne vytvorili obrat 5,9 miliárd eur. Podiel na obrate za top 10 značiek spoločnosti Henkel sa zvýšil z 59 % na 61 % a prekročil cieľ pre rok 2016 stanovený na úrovni 60 %. Na tomto výraznom zvýšení oproti predchádzajúcemu roku mali podiel inovácie, investície do hodnoty značky a expanzia na nové trhy. V oboch segmentoch spotrebného tovaru (Laundry & Home Care a Beauty Care) spoločnosť Henkel dosiahla viac než 45 % svojho obratu z produktov, ktoré boli uvedené na trh počas uplynulých troch rokov. V divízii Adhesive Technologies tvorili produkty uvedené na trh v ostatných piatich rokoch približne 30 % obratu. Aj v roku 2015 nám úzke vzťahy s hlavnými priemyselnými zákazníkmi pomohli zvýšiť ich podiel na obrate spoločnosti.

Okrem posilňovania svojej pozície voči konkurencii spoločnosť Henkel považovala digitalizáciu za rozhodujúci prvok pre budúci úspech v podnikaní a pokračovala v jej ďalšom integrovaní do všetkých dimenzií svojich podnikových aktivít a procesov. V roku 2015 spoločnosť Henkel pokračovala v štandardizácii a digitalizácii svojich podnikových platforiem. Spoločnosť takisto zlepšila budovanie interných sietí a úspešne rozširovala digitálne technológie v činnostiach orientovaných na trh a zákazníkov.

**Globalize alebo globalizovať**

V roku 2015 tvoril obrat na rozvíjajúcich sa trhoch 43 % z celkového obratu, čo predstavuje mierne nižšiu úroveň v porovnaní s predchádzajúcim rokom. Na tomto znížení sa podieľali najmä klesajúce meny na viacerých trhoch. Po očistení od vplyvu kurzových zmien mali rozvíjajúce sa trhy opäť hlavný podiel na raste spoločnosti Henkel, ktorá má záujem pokračovať v budovaní svojej pozície na týchto trhoch.

Na vyspelých trhoch sa spoločnosti Henkel podarilo skonsolidovať svoju vedúcu pozíciu. Najdôležitejším momentom roka 2015 bolo úspešné uvedenie dvoch vlajkových značiek Persil a Schwarzkopf na maloobchodný trh v USA, čo spoločnosti pomohlo opäť rásť a zlepšovať svoje výsledky na tomto celosvetovo najväčšom jednotnom trhu.

**Simplify alebo zjednodušovať**

Spoločnosť Henkel sa usiluje neustále zoštíhľovať organizáciu svojich procesov s cieľom ďalej zlepšovať prevádzkovú dokonalosť, zvyšovať efektívnosť a získať náskok pred konkurenciou. Vo finančnom roku 2015 spoločnosť Henkel dosiahla výrazný pokrok v budovaní škálovateľného obchodného modelu pomocou štandardizovaných, digitalizovaných a akcelerovaných podnikových procesov. Spoločnosť Henkel takisto úspešne vytvorila novú organizáciu, ktorá globálne riadi dodávateľský reťazec a nákupné činnosti pre všetky obchodné divízie. Do konca roka 2015 sa počet zamestnancov v šiestich centrách zdieľaných služieb spoločnosti Henkel celosvetovo zvýšil na viac než 3 000. Tieto centrá majú na starosti kľúčové procesy globálnej organizácie spoločnosti.

**Inšpirovať náš globálny tím**

Dosahovanie vynikajúcich výsledkov by nebolo možné bez jednoznačnej stratégie a silného globálneho tímu, ktorý zodpovedá za jej realizáciu. Na udržanie vedúcej pozície vo vysoko dynamickom a zložitom podnikateľskom prostrední sú potrební silní lídri, a preto má spoločnosť Henkel záujem na neustálom zlepšovaní svojho riadiaceho tímu. Henkel ponúka svojim zamestnancom – jednak prostredníctvom školení na pracovisku, ako aj v rámci akadémie Henkel Global Academy – široké možnosti vzdelávania. Dôležitým faktorom úspechu je aj rôznorodosť zamestnancov, ktorých spája kultúrna rozmanitosť a pracovné skúsenosti. Spoločnosť Henkel aktívne riadi túto rozmanitosť a za ostatných niekoľko rokov dosiahla v tejto oblasti významný pokrok. V roku 2015 podiel zamestnancov z rozvíjajúcich sa trhov predstavoval 55 %. Podiel žien vo vedúcich pozíciách tvoril približne 33 %.

**Výhľad skupiny Henkel na rok 2016**

V účtovnom roku 2016 spoločnosť Henkel očakáva nárast organického obratu o 2 až 4 %. Podľa predpokladov by organický rast obratu v tomto rozmedzí mali dosiahnuť všetky divízie. Henkel okrem toho očakáva mierny nárast podielu obratu na rozvíjajúcich sa trhoch na celkovom obrate. Pokiaľ ide o upravenú výnosnosť predaja, spoločnosť Henkel predpokladá zvýšenie oproti predchádzajúcemu roku na úrovni približne 16,5 %. Upravená výnosnosť predaja jednotlivých obchodných divízií sa očakáva aspoň na úrovni predchádzajúceho roka. Nárast upravených výnosov na prioritnú akciu by podľa očakávaní spoločnosti Henkel mal byť v rozmedzí 8 až 11 percent.

Tento dokument obsahuje výhľadové stanoviská opierajúce sa o aktuálne odhady a predpoklady vypracované manažmentom spoločnosti Henkel AG & Co. KGaA. Výhľadové stanoviská charakterizuje použitie takých slovných zvratov ako okrem, zámer, plán, predikcia, predpoklad, mať za to, odhad, anticipovať, prognóza a obdobné formulácie. Takéto stanoviská nie je možné chápať ako zaručujúce akýmkoľvek spôsobom, že dané predikcie sú presné. Budúca výkonnosť ako aj reálne dosiahnuté výsledky spoločnosti Henkel AG & Co. KGaA a jej sesterských spoločností závisia od celého radu rizikových faktorov a neistôt, a preto sa môžu podstatne odkláňať od výhľadových stanovísk. Na mnohé z nich spoločnosť Henkel nemá priamy dosah a vopred ich nie je možné presne odhadnúť, ako napríklad, aké bude ekonomické prostredie v budúcnosti a aké budú kroky konkurentov a iných subjektov pôsobiacich na trhu. Spoločnosť Henkel nemá v úmysle a ani neprijme kroky za účelom aktualizácie týchto stanovísk.

Spoločnosť Henkel so svojimi vedúcimi značkami a technológiami celosvetovo pôsobí v troch oblastiach podnikania: Laundry & Home Care, Beauty Care a Adhesive Technologies. Spoločnosť bola založená v roku 1876 a so svojimi známymi značkami Persil, Schwarzkopf a Loctite globálne zastáva vedúce postavenie na trhu tak v spotrebiteľských, ako aj priemyselných odvetviach. Henkel zamestnáva takmer 50 000 pracovníkov. V účtovnom roku 2015 dosiahla obrat vo výške 18,1 mld. eur a upravený prevádzkový zisk vo výške 2,9 mld. eur. Prioritné akcie spoločnosti Henkel sú evidované v indexe DAX na nemeckej burze cenných papierov.

Na Slovensku pôsobí Henkel vo všetkých troch strategických oblastiach už od roku 1991. Henkel Slovensko predáva viac ako 50 značiek a dnes spoločnosť zamestnáva viac ako 1 600 pracovníkov.

Kontakt Zuzana Ozanová

manažérka korporátnej komunikácie

Telefón +421 918 421 739

E-mail [zuzana.ozanova@henkel.com](mailto:zuzana.ozanova@henkel.com)

Výročná správa za rok 2015 a ďalšie informácie vrátane materiálov na stiahnutie k účtovnému roku 2015, ako aj odkazov na živé internetové vysielanie tlačovej konferencie za finančný rok sú k dispozícii v adresári pre médiá na internetovej stránke:

www.henkel.com/ir www.henkel.com/press

**Hlavné údaje za 4. štvrťrok 2015 (Q4) a za celý rok 2015 (1-12)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| v mil. eur |  | **Obrat** |  | **EBIT** | **marža EBIT** | |  |
| **Q4** | **1-12** | **Q4** | **1-12** | **Q4** | **1-12** |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Laundry & Home Care** |  |  |  |  |  |  |
|  | **2015** | **1 211** | **5 137** | **186** | **786** | **15,3%** | **15,3%** |
|  | **2014** | **1 152** | **4 626** | **88** | **615** | **7,6%** | **13,3%** |
|  | **organický** | **4,3%** | **4,9%** | - | - | - | - |
|  | **2015 upravený 1)** | - | - | **194** | **879** | **16,0%** | **17,1%** |
|  | **2014 upravený 1)** | - | - | **169** | **749** | **14,7%** | **16,2%** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Beauty Care** |  |  |  |  |  |  |
|  | **2015** | **922** | **3 833** | **128** | **561** | **13,8%** | **14,6%** |
|  | **2014** | **876** | **3 547** | **74** | **421** | **8,5%** | **11,9%** |
|  | **organický** | **2,4%** | **2,1%** | - | - | - | - |
|  | **2015 upravený 1)** | - | - | **139** | **610** | **15,1%** | **15,9%** |
|  | **2014 upravený 1)** | - | - | **125** | **544** | **14,2%** | **15,3%** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Adhesive Technologies** |  |  |  |  |  |  |
|  | **2015** | **2 209** | **8 992** | **362** | **1 462** | **16,4%** | **16,3%** |
|  | **2014** | **2 065** | **8 127** | **314** | **1 345** | **15,2%** | **16,6%** |
|  | **organický** | **2,3%** | **2,4%** | - | - | - | - |
|  | **2015 upravený 1)** | - | - | **371** | **1 534** | **16,8%** | **17,1%** |
|  | **2014 upravený 1)** | - | - | **347** | **1 402** | **16,8%** | **17,2%** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Henkel** |  |  |  |  |  |  |
|  | **2015** | **4 374** | **18 089** | **616** | **2 645** | **14,1%** | **14,6%** |
|  | **2014** | **4 126** | **16 428** | **444** | **2 244** | **10,8%** | **13,7%** |
|  | **organický** | **2,9%** | **3,0%** | - | - | - | - |
|  | **2015 upravený 1)** | - | - | **670** | **2 923** | **15,3%** | **16,2%** |
|  | **2014 upravený 1)** | - | - | **602** | **2 588** | **14,6%** | **15,8%** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Henkel** | **Q4/** | **Q4/** | **Zmena** | **1-12/** | **1-12/** | **Zmena** |
|  |  | **2014** | **2015** |  | **2014** | **2015** |  |
|  | **Výnosy na prioritnú akciu** v eurách | **0,69** | **1,03** | **49,3%** | **3,76** | **4,44** | **18,1%** |
|  | **Upravené výnosy na prioritnú akciu (EPS)** v eurách1) | **1,01** | **1,11** | **9,9%** | **4,38** | **4,88** | **11,4%** |
|  | Zmeny na základe údajov v tis. eur |  |  |  |  |  |  |
|  | 1) Upravené o jednorazové poplatky/zisky a náklady na reštrukturalizáciu |  |  |  |  |  |  |
|  | Henkel AG & Co. KGaA |  |  |  |  |  |  |