

Pressmeddelande

Stockholm, den 24 februari, 2011

Starkt årsresultat för Henkel Norden 2010

Rapporterar försäljningstillväxt med 6,9 procent

2010 var ett positivt år för den svenska konjunkturen, men också för Henkels nordiska verksamhet. Den totala försäljningen ökade från 179,8 miljoner euro under 2009 till 192 miljoner euro 2010 och såväl industri- som konsumentsidan har uppvisat en positiv utveckling mot fjolåret. "2009 var ett tufft år, speciellt för vår industrilimdivision där konjunkturläget speglade av sig direkt på våra försäljningssiffror. Det har varit en utmaning, men 2010 års siffror visar att vi nu på allvar fått fart på segmentet igen. Samtidigt visar våra konsumentdivisioner inom kosmetik, hygien och hushåll fortsatt starka siffror tack vare ett flertal nya innovationer på produktsidan, vilket totalt sett resulterar i Henkels starka resultat för året", säger Campbell Peacock, VD på Henkel Norden.

Henkels divisioner inom lim, tätning och ytbehandling hämtade sig snabbt från den kraftiga nedgången på marknaden under 2009 och uppvisade en försäljningstillväxt på 4,0 % (justerat för valutaeffekter) under 2010 jämfört med föregående år. Framförallt på industrisidan hade man ett starkt år, både vad gäller ökning av försäljning samt ett förbättrat kundfokus. Lim mot konsumenter samt hantverkare presterade också väl, med lanseringar som varumärket Pattex och "No More Nails" konceptet, ett smart alternativ till att borra och hamra när man ska renovera hemmet. Under året introducerade Pattex också innovationen "No More Nails Easy Pack", montagelim i smart förpackning som gör att du slipper limpistolen. Varumärket Loctite fortsatte att stärka sin position, både på konsument- och industrisidan. Lanseringen av nya Loctite Epoxies, i kombination med en imponerande tillväxt för Loctite Super Glues, stärkte ytterligare vår marknadsledande position. Varumärkena Loctite, Plastic Padding och Teroson konstaterade en fortsatt stark utveckling på industrimarknaden.

Henkels varumärken inom kosmetik, Schwarzkopf och Barnängen, har under 2010 uppvisat positiva försäljningssiffror och har tagit nya marknadsandelar. Enligt färskasiffror från AC Nielsen är styling och hemmafärgning de områden som vuxit mest. Stylingsegmentet har tagit marknadsandelar i hela Norden och har i Sverige ökat med 2,8 procentenheter*. Henkel behåller sin ledande position inom hemmafärgning, med en marknadsandel på 39,3 % i Sverige samt 50,3 % i Danmark. En annan positiv utveckling visar SYOSS, en professionell hårvårdsserie utvecklad av frisörer, som säljs till ett förmånligt pris i detaljhandeln och som lanserades sommaren 2009. Under 2010 har produktsortimentet utökats med nya stylingprodukter samt hårfärgsserien Color, vilket har gjort SYOSS till det första kompletta varumärket inom segmentet "professional affordable". SYOSS har varit en stor satsning under året och vi ser tydliga resultat av investeringen. Vi har en stark framtidstro



för alla våra varumärken och divisioner och förväntar oss ett minst lika bra år 2011", kommenterar Campbell Peacock.

Henkel koncernen genererar rekordresultat 2010

Finansiella målsättningar för 2012 bekräftas åter – trots kostnadspress under 2011

- Försäljningen ökade med 11,2 procent till EUR 15 092 miljoner
- Organisk försäljningstillväxt på 7,0 procent
- Andel av försäljning på tillväxtmarknader: plus 3 procentenheter till 41 procent
- Justerad rörelsevinst: plus 36,5 procent till EUR 1 862 miljoner
- Justerad vinstmarginal (EBIT margin): plus 2,3 procentenheter till 12,3 procent
- Justerad vinst per preferensaktie (EPS): plus 47,6 procent till EUR 2,82
- Betydligt högre utdelningar föreslagna: plus 35,8 procent till EUR 0,72

"2010 var ett utmärkt år för Henkel. För första gången avslutade vi ett räkenskapsår med en justerad vinstmarginal på över 12 procent", säger Henkels koncernchef Kasper Rorsted. "Vi har förbättrat marknadspositionen för alla våra affärsområden och stärkt våra varumärken ytterligare. Vi har också lyckats bredda våra positioner på tillväxtmarknaderna. Med det här starka resultatet är vi på god väg mot att uppnå våra finansiella målsättningar för 2012.

När det gäller räkenskapsåret 2011 säger Rorsted: "Den ekonomiska situationen är fortfarande svår, särskilt med tanke på den mycket konkurrensutsatta miljö vi arbetar i och de stigande råmaterialkostnaderna. Vi kommer även i fortsättningen att agera snabbt och beslutsamt när det gäller förändringar på våra marknader och gå vidare med förändringsarbetet inom företaget. Vi räknar med att vi kommer att överträffa förväntningarna på våra marknader även 2011 och förväntar oss att uppnå en organisk tillväxt på mellan 3 och 5 procent. Vi förutser en höjning av vår justerade vinstmarginal på 13 procent och en ökning av justerad vinst per preferensaktie på ca 10 procent."

För mer information om resultatet för 2010 – besök:

<http://www.henkel.com/ir>

* Källa: ACNielsen: SE - DVH, KICKS & ÅHLENS (Coloration + Styling W5210), DK - DVH/MATAS EXCL. HARDDISCOUNT (Coloration W0411)

Henkel är ett globalt företag med marknadsledande varumärken som Schwarzkopf, Barnängen, Loctite och Pattex. Henkel är verksamt inom tre affärsområden – hushållsprodukter, kosmetik- och hygienprodukter samt lim, tätning och ytbehandling. Henkel har mer än 50 000 medarbetare och är ett "Fortune 500" företag. Under 2010 hade Henkel-koncernen en omsättning på 15,092 miljarder euro och en vinst på 1,862 miljarder euro. Henkel är verksamt i 125 länder och är noterat på Frankfurt-börsen. Henkel Norden har 460 medarbetare i de fyra nordiska länderna och omsatte 192 miljoner euro under 2010.

www.henkel.se

Kontakt

Monica Nygren

Corporate Communication Manager

Henkel Norden AB

Phone: +46 10 480 76 11

Mobile: +46 70 311 69 28

Mail: monica.nygren@henkel.com

Campbell Peacock

President, Henkel Norden

Phone: +46 10 480 76 16

Mobile: + 46 70 373 3869

Mail: campbell.peacock@henkel.com

—
Jari Tuomikoski

Business Director

Adhesive Technologies

Phone: + 46 10 480 76 41

Mobile: +46 70 373 38 43

Mail : jari.tuomikoski@henkel.com