

Pressemelding

Oslo/Stockholm, 24 februar, 2011

Sterkt årsresultat for Henkel Norden 2010 Rapporterer salgsvekst på 6,9 prosent

2010 var et positivt år for Henkels nordiske virksomhet. Det totale salget økte fra 179,8 millioner euro i 2009 til 192 millioner euro i 2010 og så vel industri- som forbrukersiden har vist en positiv utvikling i forhold til forrige år. "2009 var et tøft år, spesielt for industrilimdivisjonen, hvor konjunkturleiet avspeilet seg direkte på salgstallene våre. Det har vært en utfordring, men tallene for 2010 viser at vi nå for alvor har fått fart på segmentet igjen. Samtidig viser forbrukerdivisjonene våre innenfor kosmetikk, hygiene og husholdning fortsatt sterke tall takket være en rekke nye innovasjoner på produktsiden, noe som totalt sett resulterer i Henkels sterke resultat for året", sier Campbell Peacock, VD i Henkel Norden.

Henkels divisjoner innenfor lim, tetning og overflatebehandling raskt innhentet seg etter den kraftige nedgangen på markedet i 2009 og viste en salgsvekst på 4,0 % (justert for valutaeffekter) i 2010 sammenlignet med forrige år. Spesielt på industrisiden hadde man et sterkt år, både når det gjelder økning i salg samt et forbedret kundefokus. Lim til forbrukere og håndverkere gjorde det også bra, med lanseringer som varemerket Pattex og "No More Nails"-konseptet, et smart alternativ til å bore og hamre når man skal pusse opp i hjemmet. I løpet av året introduserte Pattex også innovasjonen "No More Nails Easy Pack", monteringslim i smart emballasje som gjør at du slipper limpistolen. Varemerket Loctite fortsatte å styrke sin posisjon, både på konsument- og industrisiden. Lanseringen av nye Loctite Epoxies, i kombinasjon med en imponerende vekst for Loctite Super Glues, styrket vår markedsledende posisjon ytterligere. Varemerkene Loctite, Plastic Padding og Teroson viste en fortsatt sterk utvikling på industrimarkedet.

Henkels varemerker innenfor kosmetikk, Schwarzkopf og SYOSS, har i løpet av 2010 vist positive salgstall og tatt nye markedsandeler. Ifølge ferske tall fra AC Nielsen er styling og hjemmefarging de områdene som vokser mest. Stylingsegmentet har tatt markedsandeler i hele Norden og har i Sverige økt med 2,8 prosentenheter*. Henkel beholder sin ledende posisjon innen hjemmefarging, med en markedsandel på 39,3 %* i Sverige samt 50,3 %* i Danmark. En annen positiv utvikling har SYOSS, en profesjonell hårpleieserie som er utviklet av frisører, og selges til en overkommelig pris i detaljhandelen og som ble lansert sommeren 2009. I 2010 har produktutvalget blitt utvidet med nye stylingprodukter samt hårfargeserien Color, noe som har gjort SYOSS til det første komplette varemerket innenfor segmentet "professional affordable". "SYOSS har vært en stor satsning i løpet av året og vi ser tydelige resultater av investeringen. Vi har en sterk fremtidstro for alle varemerkene og divisjonene våre og forventer oss et minst like godt år i 2011", kommenterer Campbell Peacock.

Henkel med rekordresultat i 2010



De økonomiske målene for 2012 står fast – til tross for kostnadspress i 2011

- Salget økte med 11,2 prosent til 15 092 millioner euro
- Organisk salgsvekst på 7,0 prosent
- Andel salg i nye markeder: pluss 3 prosentpoeng til 41 prosent
- Justert* driftsinntekt: pluss 36,5 prosent til 1 862 millioner euro
- Justert* EBIT-margin: pluss 2,3 prosentpoeng til 12,3 prosent
- Justert* fortjeneste per foretrukne aksje (EPS): pluss 47,6 prosent til 2,82 euro
- Betydelig høyere foreslått utbytte: pluss 35,8 prosent til 0,72 euro

—
"2010 var et utmerket år for Henkel. For første gang avsluttet vi et finansår med en justert EBIT-margin på over 12 prosent, forteller Kasper Rorsted, CEO i Henkel. "Vi har forbedret markedsposisjonen til alle våre forretningssektorer og styrket våre toppmerkevarer ytterligere. Vi har også forsterket vår tilstedeværelse i nye markeder. Med disse sterke resultatene er vi godt i rute til å innfri de økonomiske målene for 2012."

Rorsted ser frem til finansåret 2011: "De økonomiske betingelsene er fortsatt utfordrende, spesielt med tanke på den sterke konkurransen i våre markeder og de stadig høyere råvareprisene. Vi vil fortsette å respondere hurtig og bestemt på endringer i markedene samt videreføre omleggingsprosessen i selskapet. Vi er trygge på at vi nok en gang blir markedsledende i 2011 og forventer en organisk vekst på mellom 3 og 5 prosent. Vi forventer en økning i justert EBIT-margin til rundt 13 prosent og en økning i justert fortjeneste per foretrukne aksje på rundt 10 prosent"

—
Besøk hjemmesiden for mer informasjon om resultatet i 2010:

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

—
* Kilde: AC Nielsen: SE - DVH, KICKS & ÅHLENS (Coloration + Styling W5210), DK - DVH/MATAS EXCL. HARDDISCOUNT (Coloration W0411)

Henkel er et globalt selskap med markedsledende varemerker som Schwarzkopf, Clynol, Loctite og Pattex. Henkel har virksomhet på tre forretningsområder: husholdningsprodukter, kosmetikk- og hygieneprodukter samt lim, tetningsmasse og overflatebehandling. Henkel har over 50 000 medarbeidere og er et "Fortune 500"-selskap. I 2010 hadde Henkel-konsernet en omsetning på 15,092 milliarder euro og et overskudd på 1,862 milliarder euro. Henkel har virksomhet i 125 land og er notert på Frankfurt-børsen. Henkel Norden har vel 460 medarbeidere i de fire nordiske landene og hadde i 2010 en omsetning på 192 millioner euro.

www.henkel.no

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