

Pressemelding

27. september, 2016

Henkel: En 140 år lang suksesshistorie

Düsseldorf – For etthundre og førti år siden, den 26. september 1876, grunnla Fritz Henkel selskapet Henkel & Cie i Aachen sammen med to forretningspartnere. To år senere, etter at han ble eeneier av bedriften, flyttet han hovedkontoret til Düsseldorf. I dag er Henkel et internasjonalt konsern med omkring 50 000 medarbeidere, en omsetning på 18 milliarder euro og globale varemerker som Persil, Schwarzkopf og Loctite.

Bygger videre på suksessen til en familieeid virksomhet

«Fritz Henkel var en sann pioner på alle måter – og det er viktig for oss å holde hans entreprenørånd levende», sier dr. Simone Bagel-Trah, styreleder i Henkels representantskap og aksjonærutvalget, og tippoldebarn til grunnleggeren av selskapet. «Henkel-navnet har i flere tiår stått for velkjente og suksessrike varemerker over hele verden. Vi kan alle være svært stolte over dette. I stor grad kan vi takke våre medarbeidere for de 140 årene med suksessrik forretningsvirksomhet. De har bidratt til Henkels suksess i generasjon etter generasjon.»

«Henkel har hatt en enestående god utvikling, og vi er svært godt posisjonert med våre solide varemerker og innovative teknologier», tilføyer Hans Van Bylen, styreleder i Henkels direksjon. «Vi nyter globalt ledende markedsposisjoner innenfor alle de områdene hvor vi har vår forretningsdrift. Derfor er vi trygge på at virksomhetens suksessrike utvikling vil fortsette også i fremtiden.»

Selskapets grunnlegger Fritz Henkel la fundamentet

Den 28 år gamle selgeren Fritz Henkel startet ved å markedsføre et universalvaskemiddel som han selv hadde utviklet. I 1878 hadde han stor suksess med merkevaren «Henkel's Bleich-Soda» (blekesoda), og eksporterte for første gang produkter til utlandet. Han viste også god teft i sitt valg av den ideelle plasseringen av den ekspanderende virksomheten: I 1899 kjøpte Fritz Henkel et stort stykke land med gode transportforbindelser i Holthausen, som på den tiden fortsatt var en forstad til Düsseldorf. Siden da har selskapets hovedkontor vært plassert her i tillegg til selskapets største produksjonssted globalt sett.

I 1907 brakte han og hans to sønner verdens første selvvirkende vaskemiddel, Persil, ut på markedet. Dette førte til et gjennombrudd: Fritz Henkel revolusjonerte ikke bare den tidligere svært slitsomme tøyvaskingen, men han la også grunnlaget for moderne varemerkeledelse med sine oppfinnsomme reklamekampanjer.

Ekspansjon av forretningsvirksomheten

Henkels forretningsenhet Adhesive Technologies stammer faktisk fra 1920-tallet. I 1922 startet virksomheten å produsere lim og tetningsmidler til eget bruk, og ett år senere ble disse produktene lansert i detaljhandelen – i dag er Henkels forretningsenhet Adhesive Technologies den ledende tilbyderen av lim, tetningsmidler og funksjonell overflatebehandling verden over.

Kosmetikkbransjen har også en langvarig tradisjon hos Henkel. Grunnlaget for den suksessrike utviklingen av dagens forretningsenhet Beauty Care ble lagt ved to oppkjøp. I 1924 kjøpte bedriften seg inn i det Krefeld-baserte såpeselskapet Dreiring-Werke. Henkel kjøpte deretter majoritetsinteressen i selskapet i 1950, før de endelig kjøpte alle aksjene i 1953. I 1950 overtok Henkel også Therachemie i Düsseldorf, og lanserte Polycolor hårfarge og blekekrem på det tyske markedet året etter.

Vekst via internasjonalisering

Under dr. Konrad Henkel, barnebarnet til grunnleggeren av selskapet og styreleder i direksjonen fra 1961 til 1980, ble selskapet mer systematisk internasjonalt: Samtidig som man bygget et markedslederskap i Europa, ble den bredere internasjonaliseringen av virksomheten også drevet fremover til å inkludere Japan, Latin-Amerika og USA. I dag har Henkel produksjonsanlegg på om lag 170 steder rundt om i verden, og mer enn 85 prosent av salget genereres utenfor Tyskland – 43 prosent kommer fra de såkalte vekstmarkedene. Selskapets internasjonalitet gjenspeiles også i arbeidsstyrken: Henkels medarbeidere kommer fra 125 ulike land.

IPO og strategiske oppkjøp

For å fremme veksten og internasjonaliseringen lanserte Henkel en kapitalutvidelse ved aksjesalg til individuelle investorer den 1. oktober 1985. Suksesshistorien til Henkel-aksjene gjenspeiler selskapets utvikling: Salget har økt fra motsvarende 4,7 milliarder euro i 1985 til 18,1 milliarder euro for regnskapsåret 2015. Aksjeutstedelsene gav også selskapet større handlingsrom for vekst.

Det største oppkjøpet i selskapets historie til nå skjedde i 2008 med kjøpet av National Starchs bindemiddel- og elektronikkforretninger. Dette har i betydelig grad styrket forretningsenheten Adhesive Technologies, som er globalt markedsledende innen lim, tetningsmidler og funksjonell overflatebehandling. Andre viktige oppkjøp innenfor selskapets tre forretningsenheter har også bidratt til å forme Henkels utvikling i løpet

de siste par tiårene, inkludert Schwarzkopf (1995), Loctite (1997) og Dial (2004). Med sine tre sterkeste varemerker, Persil, Schwarzkopf og Loctite, oppnådde Henkel et totalt salg på ca. 6 milliarder i 2015. I september 2016 kunngjorde adm. dir. Hans Van Bylen kjøpet av det USA-baserte vaskemiddelkonsernet The Sun Products Corporation – noe som gjør Henkel til den andre største aktøren på det nordamerikanske vaskemiddelmarkedet.

Ledende rolle innenfor bærekraftsområdet

Balansen mellom økonomisk suksess og sosialt og miljømessig ansvar var allerede viktig for selskapets grunnlegger Fritz Henkel og hans etterfølgere. På et tidlig stadium i selskapets historie utviklet Henkel nye og mer bærekraftige produksjonsprosesser og produkter, slik som fosfatfrie tøyvaskemidler. Henkel var også et av de første selskapene i Tyskland som utgav en miljørapport i 1992. Selskapets 25. bærekraftsrapport ble utgitt i begynnelsen av inneværende år. I 2015 nådde selskapet de første delmålene i sin ambisiøse bærekraftsstrategi for 2030. Med denne ønsker Henkel å skape større verdi for kunder, forbrukere, samfunnet og selve selskapet samtidig som man reduserer det miljømessige fotavtrykket.

Henkel har virksomhet over hele verden, med ledende varemerker og teknologier i tre forretningsenheter: Laundry & Home Care, Beauty Care og Adhesive Technologies. Henkel ble grunnlagt i 1876 og har globalt ledende markedsposisjoner både innen forbruker- og industrisektoren med kjente varemerker som Persil, Schwarzkopf og Loctite. Henkel hadde en omsetning på 18,1 milliarder euro og et justert driftsresultat på 2,9 milliarder euro i regnskapsåret 2015. Henkels preferanseaksjer er notert på den tyske aksjeindeksen DAX.

Du kan finne bildemateriale online på <http://www.henkel.com/press>

Kontakt Lidija Ilic
Telefon +46 104 807 611
E-post Lidija.ilic@henkel.com

Følg oss på Twitter: [@HenkelPresse](https://twitter.com/HenkelPresse)