

Q2 | 2011

**Quartalsfinanzbericht April bis Juni
Halbjahresfinanzbericht**



Excellence is our Passion

Kennzahlen Henkel-Konzern

in Mio. Euro	2. Q/2010	2. Q/2011	Veränderung ¹⁾	1-6/2010	1-6/2011	Veränderung ¹⁾
Umsatz	3.890	3.953	1,6%	7.402	7.776	5,1%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	421	537	27,5%	843	967	14,7%
Wasch-/Reinigungsmittel	137	157	14,8%	288	257	-10,8%
Kosmetik/Körperpflege	112	140	24,7%	212	253	19,0%
Adhesive Technologies	222	269	21,1%	408	513	25,9%
Umsatzrendite (EBIT) in %	10,8	13,6	2,8pp	11,4	12,4	1,0pp
Ergebnis vor Steuern	386	496	28,5%	754	889	17,9%
Quartalsüberschuss / Halbjahresüberschuss	280	375	33,9%	546	665	21,8%
– auf nicht beherrschende Anteile entfallend	-7	-9	28,6%	-14	-14	0,0%
– auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	273	366	34,1%	532	651	22,4%
Ergebnis je Stammaktie in Euro	0,63	0,85	34,9%	1,22	1,50	23,0%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,63	0,85	34,9%	1,23	1,51	22,8%
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in %	14,3	19,3	5,0pp	14,7	17,3	2,6pp
Investitionen in Sachanlagen	58	87	50,0%	112	155	38,4%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	103	105	1,9%	198	208	5,1%
Anzahl der Mitarbeiter (30. Juni)	48.133	47.768	-0,8%	48.133	47.768	-0,8%

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

pp = Prozentpunkte

Bereinigte¹⁾ Ergebnisgrößen

in Mio. Euro	2. Q/2010	2. Q/2011	Veränderung ²⁾	1-6/2010	1-6/2011	Veränderung ²⁾
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT)	476	514	8,0%	897	987	9,9%
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) in %	12,2	13,0	0,8pp	12,1	12,7	0,6pp
Bereinigtes Ergebnis vor Steuern	441	473	7,3%	808	909	12,5%
Bereinigter Quartalsüberschuss / Halbjahresüberschuss	322	352	9,3%	587	671	14,3%
– auf nicht beherrschende Anteile entfallend	-7	-9	28,6%	-14	-14	0,0%
– auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	315	343	8,9%	573	657	14,7%
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,73	0,79	8,2%	1,33	1,52	14,3%

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

pp = Prozentpunkte

²⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

Inhalt

03 Highlights 2. Quartal 2011	19 Vermögenslage
04 Aktuelles	20 Finanzlage
04 Die Aktie	20 Investitionen
05 Berichterstattung 2. Quartal 2011	20 Akquisitionen und Divestments
05 Geschäftsverlauf im zweiten Quartal 2011	21 Mitarbeiter
07 Regionale Entwicklung	21 Forschung und Entwicklung
10 Entwicklung der Unternehmensbereiche	21 Ausblick
10 Wasch-/Reinigungsmittel	23 Nachtragsbericht
12 Kosmetik/Körperpflege	24 Konzernzwischenabschluss 2. Quartal 2011 und 1. Halbjahr 2011
14 Adhesive Technologies	29 Ausgewählte Anhangangaben
16 Halbjahresfinanzbericht 2011	33 Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht
16 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	34 Versicherung des gesetzlichen Vertreters
16 Für Henkel wichtige Branchen	35 Bericht des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats
17 Geschäftsverlauf Januar bis Juni 2011	Impressum / Finanzkalender
17 Ertragslage	
18 Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf	

Highlights 2. Quartal 2011

Finanzdaten

3.953 Mio. Euro

Umsatz

366 Mio. Euro

Quartalsüberschuss auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend

537 Mio. Euro

Betriebliches Ergebnis (EBIT)

0,85 Euro

Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)

+ 6,3 %

Organisches Umsatzwachstum

+3,7% Wasch-/Reinigungsmittel
+5,4% Kosmetik/Körperpflege
+8,9% Adhesive Technologies

514 Mio. Euro

Bereinigtes¹⁾ betriebliches Ergebnis (EBIT): plus 8,0 Prozent

13,0 %

Bereinigtes¹⁾ Umsatzrendite (EBIT): plus 0,8 Prozentpunkte

13,0% Wasch-/Reinigungsmittel
14,1% Kosmetik/Körperpflege
14,2% Adhesive Technologies

0,79 Euro

Bereinigtes¹⁾ Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): plus 8,2 Prozent

8,4 %

Netto-Umlaufvermögen um 0,3 Prozentpunkte vom Umsatz verbessert

Wichtige Entwicklungen

Alle Unternehmensbereiche mit positivem Preiseffekt im organischen Umsatzwachstum und mit Marktanteilsgewinnen

Bruttomarge aufgrund von Rohstoffpreiserhöhungen gesunken

Alle Unternehmensbereiche mit deutlicher Margensteigerung

Kreditrating durch Heraufstufung wieder auf Zielniveau

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen (0 Mio. Euro) und Erträge (57 Mio. Euro) sowie Restrukturierungsaufwendungen (34 Mio. Euro).

Aktuelles

Unsere Geschäftsberichte, unsere Quartalsberichte, aktuelle Daten zu den Henkel-Aktien und -Anleihen sowie Nachrichten, Finanzberichte und Präsentationen zum Unternehmen finden Sie auf der Internetseite von Investor Relations:



www.henkel.de/ir

Die Hauptversammlung der Henkel AG & Co. KGaA hat am 11. April 2011 eine Dividende in Höhe von 0,70 Euro je Stammaktie und 0,72 Euro je Vorzugsaktie beschlossen. Somit liegt die Dividendenzahlung wieder deutlich über dem Niveau des Vorjahres.

Aufgrund der anhaltend guten Geschäftsentwicklung und des verbesserten Finanzprofils haben wir unser Zielrating von „A flat“ (Standard & Poor's) und „A2“ (Moody's) wiedererlangt.

Henkel, McKinsey & Company und die Zeitschrift „WirtschaftsWoche“ werden dieses Jahr erstmals den „Deutschen Diversity Preis“ vergeben. Eine hochkarätig besetzte Jury wird Arbeitgeber, Einzelpersonen und innovative Projekte auszeichnen, die Diversity („Vielfalt“) und Diversity-Management erfolgreich nutzen und sich für eine Arbeitskultur der Vielfalt in Deutschland einsetzen.

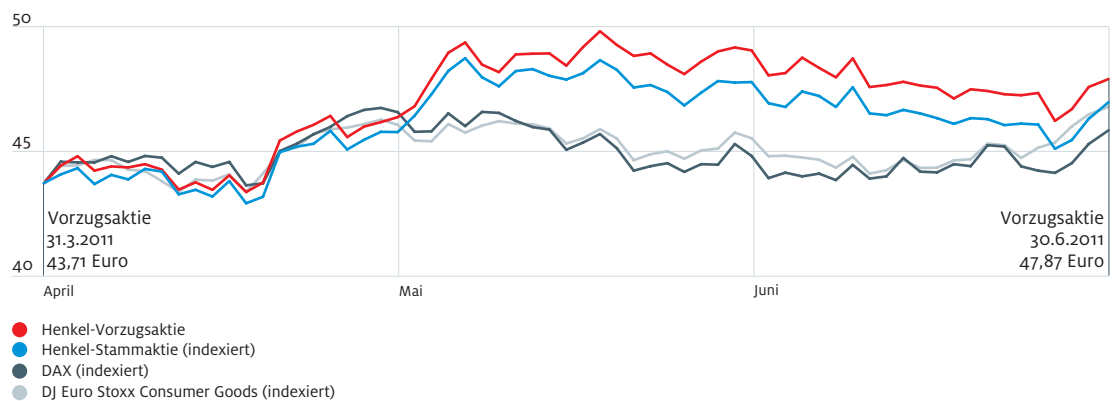
Die Aktie

Die Aktienmärkte verzeichneten im zweiten Quartal 2011 wieder Kursgewinne. Während sich der DAX in diesem Zeitraum um 4,8 Prozent verbesserte, gewann der Dow Jones Euro Stoxx Consumer Goods Index 7,0 Prozent. Der Kurs der Henkel-Vorzugsaktie ist in diesem Marktumfeld deutlich um 9,5 Prozent gestiegen. Damit entwickelte sich unsere Vorzugsaktie überproportional zu den Aktien aus dem Konsumgüterbereich und fast doppelt so gut wie der DAX. Die Prämie der Vorzugsaktie gegenüber der Stammaktie lag im zweiten Quartal bei durchschnittlich 20,7 Prozent.

Aktionäre, die die Henkel-Vorzugsaktie seit Emission im Jahr 1985 halten und die ihnen zugeflossenen Dividenden (ohne Steuerabzug) wieder in die Aktie investiert haben, erreichten bis Ende des zweiten Quartals 2011 eine durchschnittliche jährliche Rendite von 11,1 Prozent vor Steuern.

Entwicklung Henkel-Aktien im Marktvergleich im zweiten Quartal 2011

in Euro



Kennzahlen zur Henkel-Aktie im zweiten Quartal

in Euro

	2. Q/2010	2. Q/2011
Ergebnis je Aktie		
Stammaktie	0,63	0,85
Vorzugsaktie	0,63	0,85
Börsenkurs zum Quartalsende¹⁾		
Stammaktie	33,59	39,53
Vorzugsaktie	40,10	47,87
Höchster Börsenkurs¹⁾		
Stammaktie	35,50	41,10
Vorzugsaktie	42,25	49,81
Niedrigster Börsenkurs¹⁾		
Stammaktie	30,64	36,18
Vorzugsaktie	35,83	43,35
Marktkapitalisierung¹⁾ in Mrd. Euro	15,9	18,8
Stammaktie in Mrd. Euro	8,7	10,3
Vorzugsaktie in Mrd. Euro	7,2	8,5

¹⁾ Aktienschlusskurse Xetra-Handel.

Berichterstattung 2. Quartal 2011

Geschäftsverlauf im zweiten Quartal 2011

Wichtige Kennzahlen¹⁾

in Mio. Euro	2. Q/2010	2. Q/2011	+/-
Umsatz	3.890	3.953	1,6%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	421	537	27,5%
Bereinigtes ²⁾ betriebliches Ergebnis (EBIT)	476	514	8,0%
Umsatzrendite (EBIT)	10,8%	13,6%	2,8pp
Bereinigtes ²⁾ Umsatzrendite (EBIT)	12,2%	13,0%	0,8pp
Quartalsüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	273	366	34,1%
Bereinigter ²⁾ Quartalsüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	315	343	8,9%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,63	0,85	34,9%
Bereinigtes ²⁾ Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,73	0,79	8,2%

pp = Prozentpunkte

¹⁾ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

²⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Ertragslage

Im zweiten Quartal 2011 erzielten wir einen Umsatzanstieg von 1,6 Prozent auf 3.953 Mio. Euro. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 6,0 Prozent. Die organische Umsatzentwicklung – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – zeigte mit plus 6,3 Prozent erneut eine hohe Steigerungsrate im Vergleich zum Vorjahresquartal.

Umsatzveränderung¹⁾

in Prozent	2. Q/2011
Veränderung zum Vorjahr	1,6
Wechselkurseffekte	-4,4
Bereinigt um Wechselkurseffekte	6,0
Akquisitionen/Divestments	-0,3
Organisch	6,3
Davon Preis	2,6
Davon Menge	3,7

¹⁾ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Zu dieser positiven Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei: Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel zeigte eine erfreuliche organische Wachstumsrate von 3,7 Prozent. Mit einem organischen Umsatzwachstum von 5,4 Prozent übertraf der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege das sehr starke Vorjahresquartal. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies lag

mit 8,9 Prozent sowohl preis- als auch volumengetrieben signifikant über einem bereits starken Vorjahresquartal. Unsere weltweiten Marktanteile haben wir in allen drei Unternehmensbereichen weiter ausgebaut. In den Konsumentengeschäften erzielten wir historische Höchstwerte.

Im zweiten Quartal 2011 kam es zu keinen wesentlichen Veränderungen in unseren Absatzmärkten und bei unseren Wettbewerbspositionen, wie wir sie im **GB** Geschäftsbericht 2010 ab Seite 66 beschrieben haben.

Preis- und Mengeneffekte im zweiten Quartal 2011

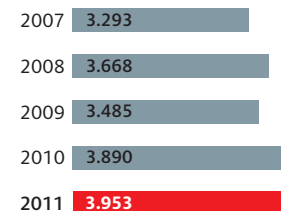
in Prozent	Organisches Umsatzwachstum	Davon Preis	Davon Menge
Wasch-/Reinigungsmittel	3,7	0,8	2,9
Kosmetik/Körperpflege	5,4	0,3	5,1
Adhesive Technologies	8,9	4,6	4,3
Henkel-Konzern	6,3	2,6	3,7

Im Folgenden werden die um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen bereinigten betrieblichen Aufwands- und Ertragsposten kommentiert. Die Überleitungsrechnung sowie die Verteilung der Restrukturierungsaufwendungen auf die Kostenzeilen der Gewinn- und Verlustrechnung finden Sie auf **Q2** Seite 25.

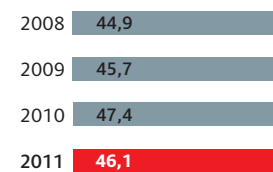
Die Kosten der umgesetzten Leistungen erhöhten sich im Wesentlichen bedingt durch Rohstoffpreisanstiege gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 4,1 Prozent auf 2.132 Mio. Euro. Das Bruttoergebnis vom Umsatz sank auf 1.821 Mio. Euro; die Bruttomarge verringerte sich damit um 1,3 Prozentpunkte auf 46,1 Prozent. Durch Erhöhung der Absatzpreise, Einsparungen aus Kostensenkungsmaßnahmen und konsequente Effizienzverbesserungen konnten wir den Einfluss von steigenden Preisen für Rohstoffe und Verpackungen zum großen Teil kompensieren.

Die Marketing- und Vertriebsaufwendungen gingen um 5,2 Prozent auf 1.047 Mio. Euro zurück; dies war im Wesentlichen durch Umschichtungen in den Marketingbudgets der Konsumentengeschäfte bedingt. Für Forschung und Entwicklung wendeten wir insgesamt 103 Mio. Euro auf und hielten den Anteil am Umsatz konstant bei 2,6 Prozent. Die Verwaltungsaufwendungen in Relation zum Umsatz lagen durch die Ausweitung unserer Shared Service Center mit 4,7 Prozent leicht unterhalb des Vorjahresniveaus von 4,8 Prozent.

Umsatz im zweiten Quartal in Mio. Euro



Bereinigte Bruttomarge im zweiten Quartal in Prozent vom Umsatz



Überleitung vom Umsatz zum bereinigten betrieblichen Ergebnis¹⁾

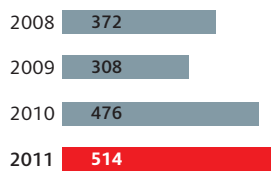
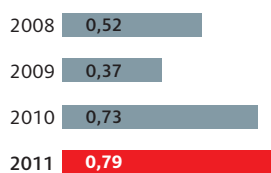
in Mio. Euro	2. Q/2010	%	2. Q/2011	%	Veränderung
Umsatzerlöse	3.890	100,0	3.953	100,0	1,6%
Kosten der umgesetzten Leistungen	-2.048	-52,6	-2.132	-53,9	4,1%
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.842	47,4	1.821	46,1	-1,1%
Marketing- und Vertriebsaufwendungen	-1.105	-28,4	-1.047	-26,5	-5,2%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	-102	-2,6	-103	-2,6	1,0%
Verwaltungsaufwendungen	-185	-4,8	-186	-4,7	0,5%
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	26	0,6	29	0,7	11,5%
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT)	476	12,2	514	13,0	8,0%

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

Der Saldo aus Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen blieb mit 29 Mio. Euro auf nahezu unverändertem Niveau.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 8,0 Prozent von 476 Mio. Euro auf 514 Mio. Euro. Zu dieser Verbesserung trugen alle drei Unternehmensbereiche bei. Trotz des Einflusses steigender Preise für Rohstoffe und Verpackungen haben wir die Umsatzrendite des Konzerns von 12,2 Prozent auf 13,0 Prozent steigern können. Die deutlichste Margenverbesserung zeigte der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege mit einer Steigerung von 12,9 auf 14,1 Prozent. Hierzu trug neben der ausgezeichneten Umsatzentwicklung das konsequente Kostenmanagement bei. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies steigerte seine Umsatzrendite aufgrund von Erhöhungen der Verkaufspreise und Effizienzsteigerungen ebenfalls deutlich von 13,5 Prozent auf 14,2 Prozent. Im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel erzielten wir aufgrund steigender Absatzpreise und konsequenten Kostenmanagements eine Margenverbesserung um 0,5 Prozentpunkte auf 13,0 Prozent.

Das Finanzergebnis reduzierte sich von -35 Mio. Euro auf -41 Mio. Euro. Dies ist auf ein gesunkenes Ergebnis aus Währungssicherungen zurückzuführen. Die Steuerquote betrug 24,4 Prozent. Der Quartalsüberschuss erhöhte sich um 33,9 Prozent von 280 Mio. Euro auf 375 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 9 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 366 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 273 Mio. Euro). Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 343 Mio. Euro gegenüber 315 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) haben wir von 0,63 Euro auf 0,85 Euro gesteigert. Bereinigt lag es bei 0,79 Euro gegenüber 0,73 Euro im Vorjahresquartal.

Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT) im zweiten Quartal
in Mio. EuroBereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie im zweiten Quartal
in Euro

Regionale Entwicklung

Eckdaten Henkel nach Regionen im zweiten Quartal 2011¹⁾

in Mio. Euro	West-europa	Ost-europa	Afrika/Nahost	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/Pazifik	Corporate ²⁾	Konzern
Regionen								
Umsatz April – Juni 2011	1.425	729	231	676	272	587	33	3.953
Umsatz April – Juni 2010	1.392	679	236	714	259	560	49	3.890
Veränderung gegenüber Vorjahr	2,4%	7,3%	-2,2%	-5,2%	5,0%	4,8%	-	1,6%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	2,1%	11,3%	9,5%	6,0%	9,7%	9,5%	-	6,0%
Organisch	1,5%	11,0%	9,5%	6,1%	9,6%	12,1%	-	6,3%
Anteil am Konzernumsatz								
April – Juni 2011	36%	18%	6%	17%	7%	15%	1%	100%
April – Juni 2010	36%	17%	6%	18%	7%	14%	1%	100%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)								
April – Juni 2011	208	109	18	58	32	142	-29	537
Betriebliches Ergebnis (EBIT) April – Juni 2010	154	90	20	92	31	85	-50	421
Veränderung gegenüber Vorjahr	35,3%	21,3%	-9,1%	-37,2%	3,7%	66,5%	-	27,5%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	35,4%	25,2%	6,5%	-28,7%	9,7%	72,1%	-	31,9%
Umsatzrendite (EBIT)								
April – Juni 2011	14,6%	14,9%	7,9%	8,5%	11,8%	24,1%	-	13,6%
Umsatzrendite (EBIT) April – Juni 2010	11,0%	13,2%	8,5%	12,9%	11,9%	15,2%	-	10,8%

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

²⁾ Corporate = Umsätze und Leistungen, die nicht den Regionen und den Unternehmensbereichen zugeordnet werden können.

In der Region **Westeuropa** verbesserten wir in einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld den Umsatz gegenüber dem zweiten Quartal 2010 organisch um 1,5 Prozent. Positive Wachstumsraten in den Unternehmensbereichen Adhesive Technologies und Wasch-/Reinigungsmittel konnten die rückläufige Entwicklung des Unternehmensbereichs Kosmetik/Körperpflege überkompensieren.

Das betriebliche Ergebnis der Region steigerten wir – bereinigt um Wechselkurseffekte – deutlich um 35,4 Prozent. Hierzu trugen alle drei Unternehmensbereiche bei. Die Umsatzrendite der Region erhöhte sich signifikant um 3,6 Prozentpunkte auf 14,6 Prozent.

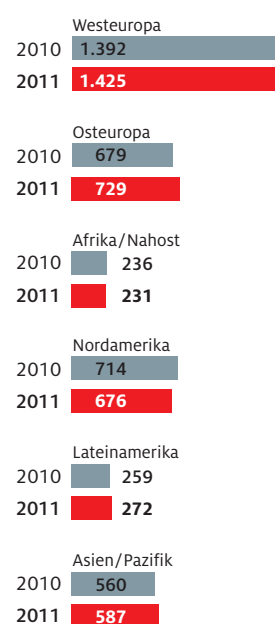
In der Region **Osteuropa** steigerten wir den Umsatz organisch um 11,0 Prozent. Hierzu trugen alle Unternehmensbereiche bei, insbesondere Adhesive Technologies mit zweistelliger Wachstumsrate.

Das betriebliche Ergebnis der Region erhöhte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 25,2 Prozent. Die Ergebnisverbesserungen in den Unternehmensbereichen Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege konnten die rückläufige Entwicklung im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel überkompensieren. Die Umsatzrendite der Region stieg von 13,2 Prozent im Vorjahresquartal auf 14,9 Prozent.

In der Region **Afrika/Nahost** war unser Wachstum weiterhin durch die politischen Unruhen in einigen Ländern beeinflusst. Wir erzielten dennoch ein organisches Wachstum von 9,5 Prozent, insbesondere getragen von den Unternehmensbereichen Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege.

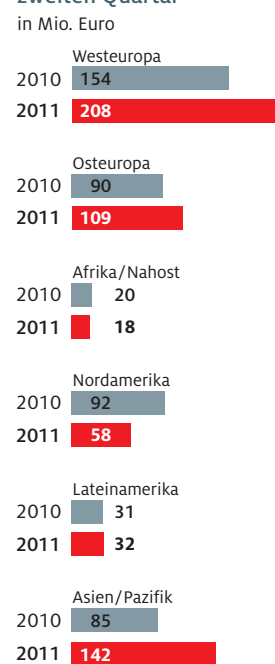
Das betriebliche Ergebnis der Region verbesserten wir – bereinigt um Wechselkurseffekte – um

Umsatz nach Regionen im zweiten Quartal^{*)}



^{*)} Ohne Corporate.

Betriebliches Ergebnis (EBIT) nach Regionen im zweiten Quartal^{*)}



^{*)} Ohne Corporate.

6,5 Prozent. Eine Ergebnisverbesserung konnte in den Unternehmensbereichen Wasch-/Reinigungsmittel und Adhesive Technologies erreicht werden. Das schwierige Marktumfeld führte jedoch im Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege zu einer rückläufigen Entwicklung. Die Umsatzrendite sank insgesamt von 8,5 Prozent auf 7,9 Prozent.

Der Umsatz in der Region **Nordamerika** wuchs organisch um 6,1 Prozent, getragen von allen drei Unternehmensbereichen. Neben der zweistelligen Wachstumsrate des Unternehmensbereichs Kosmetik/Körperpflege erzielte der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel – nach der rückläufigen Entwicklung im ersten Quartal – nun ein positives Wachstum im mittleren einstelligen Bereich.

Das betriebliche Ergebnis der Region verringerte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – aufgrund des Rückgangs in allen drei Unternehmensbereichen um 28,7 Prozent. Die Umsatzrendite der Region ermäßigte sich von 12,9 Prozent im Vorjahresquartal auf 8,5 Prozent.

Den Umsatz in der Region **Lateinamerika** steigerten wir dank der positiven Entwicklung in allen Unternehmensbereichen organisch um 9,6 Prozent.

Das betriebliche Ergebnis erhöhten wir – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 9,7 Prozent. Die Ergebnisverbesserung resultierte maßgeblich aus der erfreulichen Entwicklung des Unternehmensbereichs Kosmetik/Körperpflege. Die Umsatzrendite der Region reduzierte sich leicht um 0,1 Prozentpunkte auf 11,8 Prozent.

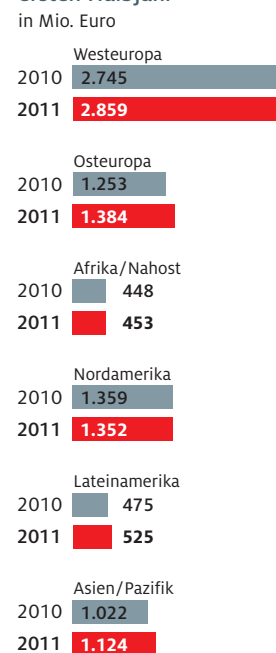
In der Region **Asien/Pazifik** hatte die Entwicklung in Japan nur einen Einfluss auf das lokale Umsatzwachstum. Die Region zeigte mit einem organischen Wachstum von 12,1 Prozent weiterhin eine Steigerung im zweistelligen Bereich. Eine erfreuliche Umsatzentwicklung erzielten insbesondere die Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege.

Das betriebliche Ergebnis zeigte – bereinigt um Wechselkurseffekte – eine deutliche Verbesserung von 72,1 Prozent. Alle Unternehmensbereiche entwickelten sich erfreulich. Zusätzlich wirkte sich ein Einmaleffekt aus der Veräußerung unserer Markenartikelgeschäfte in Indien positiv auf das Ergebnis aus. Die Umsatzrendite erhöhte sich dementsprechend um 8,9 Prozentpunkte auf 24,1 Prozent.

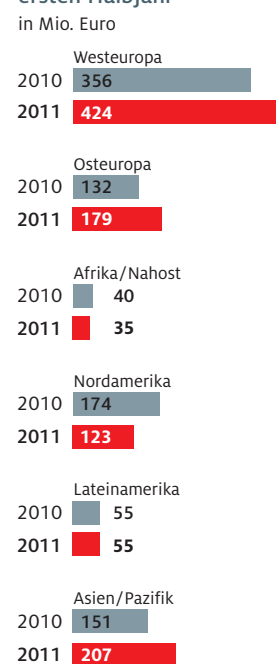
Besondere Impulse für unser Umsatzwachstum kamen aus den **Wachstumsregionen** Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan). Deren Umsatz konnten wir um 4,7 Prozent auf 1.674 Mio. Euro steigern. Damit erreichten die Wachstumsregionen einen Anteil am Konzernumsatz von 42 Prozent (im zweiten Quartal 2010: 41 Prozent). Das organische Wachstum lag bei 11,6 Prozent und damit weiterhin im zweistelligen Bereich, insbesondere getragen von den Unternehmensbereichen Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege.

Eckdaten Henkel nach Regionen im ersten Halbjahr 2011¹⁾

in Mio. Euro	West-europa	Ost-europa	Afrika/ Nahost	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/ Pazifik	Corporate ²⁾	Konzern
Regionen								
Umsatz Januar – Juni 2011	2.859	1.384	453	1.352	525	1.124	80	7.776
Umsatz Januar – Juni 2010	2.745	1.253	448	1.359	475	1.022	99	7.402
Veränderung gegenüber Vorjahr	4,1%	10,5%	1,1%	-0,5%	10,5%	9,9%	-	5,1%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	3,6%	12,3%	7,3%	4,7%	9,9%	9,4%	-	6,4%
Organisch	3,3%	12,0%	7,3%	4,9%	9,8%	11,5%	-	6,7%
Anteil am Konzernumsatz								
Januar – Juni 2011	37%	18%	6%	17%	7%	14%	1%	100%
Januar – Juni 2010	37%	17%	6%	18%	7%	14%	1%	100%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)								
Januar – Juni 2011	424	179	35	123	55	207	-56	967
Januar – Juni 2010	356	132	40	174	55	151	-65	843
Veränderung gegenüber Vorjahr	19,3%	35,2%	-12,3%	-29,4%	-0,9%	37,4%	-	14,7%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	18,8%	37,2%	-4,7%	-25,5%	-1,3%	37,3%	-	16,0%
Umsatzrendite (EBIT)								
Januar – Juni 2011	14,8%	12,9%	7,8%	9,1%	10,4%	18,4%	-	12,4%
Januar – Juni 2010	13,0%	10,5%	9,0%	12,8%	11,6%	14,8%	-	11,4%

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.²⁾ Corporate = Umsätze und Leistungen, die nicht den Regionen und den Unternehmensbereichen zugeordnet werden können.Umsatz nach Regionen im ersten Halbjahr^{*)}

*) Ohne Corporate.

Betriebliches Ergebnis (EBIT) nach Regionen im ersten Halbjahr^{*)}

*) Ohne Corporate.

Wasch- / Reinigungsmittel

Umsatz im zweiten Quartal in Mio. Euro

2007	1.024
2008	1.012
2009	1.058
2010	1.086
2011	1.076

Umsatz im ersten Halbjahr in Mio. Euro

2007	2.093
2008	2.043
2009	2.071
2010	2.135
2011	2.148

Wichtige Kennzahlen¹⁾

in Mio. Euro	2. Q/2010	2. Q/2011	+/-	1-6/2010	1-6/2011	+/-
Umsatz	1.086	1.076	-0,9%	2.135	2.148	0,6%
Anteil am Konzernumsatz	28%	27%		29%	28%	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	137	157	14,8%	288	257	-10,8%
Bereinigtes ²⁾ betriebliches Ergebnis (EBIT)	136	140	2,8%	272	272	0,2%
Umsatzrendite (EBIT)	12,6%	14,6%	2,0pp	13,5%	12,0%	-1,5pp
Bereinigte ²⁾ Umsatzrendite (EBIT)	12,5%	13,0%	0,5pp	12,7%	12,7%	0,0pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	20,7%	27,3%	6,7pp	22,6%	22,1%	-0,5pp

pp = Prozentpunkte

¹⁾ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.²⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Umsatzveränderung¹⁾

in Prozent	2. Q/2011	1-6/2011
Veränderung zum Vorjahr	-0,9	0,6
Wechselkurseffekte	-4,3	-1,8
Bereinigt um Wechselkurseffekte	3,4	2,4
Akquisitionen/Divestments	-0,3	-0,3
Organisch	3,7	2,7
Davon Preis	0,8	-1,2
Davon Menge	2,9	3,9

¹⁾ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Im Unternehmensbereich **Wasch-/Reinigungsmittel** stieg der Umsatz im zweiten Quartal organisch – also bereinigt um Akquisitionen/Divestments und Wechselkurseffekte – um 3,7 Prozent. Dieser trotz anhaltendem Rückgang unserer relevanten Märkte deutliche Anstieg beruht auf einem nach wie vor starken Mengenwachstum von 2,9 Prozent und auf einem erstmalig seit dem dritten Quartal 2009 wieder positiven Preiseffekt von 0,8 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal.

Trotz unterschiedlicher Marktentwicklung haben alle Regionen zum organischen Wachstum beigetragen. Besonders positive Impulse kamen aus den Wachstumsregionen Osteuropa und Afrika/Nahost. Einige Märkte in der Region Afrika/Nahost haben sich allerdings noch nicht vollständig von der politischen Krise erholt. Dadurch konnten wir in Tunesien und Ägypten noch nicht wieder die gewohnten zweistelligen Wachstumsraten erzielen, wenngleich sich das Geschäft im Vergleich zum ersten Quartal deutlich belebt hat. In Nordamerika stieg der Umsatz trotz weiter rückläufiger Märkte deutlich an. In Westeuropa erzielten wir ebenfalls ein Umsatzplus – insbesondere getragen durch ein abermals starkes Wachstum in Deutschland. Die positive Umsatzentwicklung in rückläufigen Märkten hat im zweiten Quartal 2011 zu einem historischen Höchstwert unserer globalen Marktanteile geführt. Insbesondere in Westeuropa und Osteuropa konnten wir unsere Marktanteile deutlich ausbauen.


Innovation



Spee Black

Der Anteil grauer und schwarzer Alltagskleidung im Wäschekorb wird immer größer. Spee Black verbindet die Waschleistung eines Vollwaschmittels mit dem Schutz vor Vergrauen: Sattes Schwarz und leuchtend dunkle Farben sind das Ergebnis des neuen Spee Black aus der schwarzen Flasche.

 www.spee.com

Weitere Informationen zu unseren Produktneuheiten finden Sie in unserem „Innovation Letter“ auf der Internetseite von Investor Relations:  www.henkel.de/ir

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) und die bereinigte Umsatzrendite in Höhe von 13,0 Prozent liegen deutlich über dem Niveau des Vorjahresquartals, obwohl sich die deutlich gestiegenen Rohstoffpreise in diesem Quartal besonders negativ ausgewirkt haben. Der Unterschied zwischen dem berichteten betrieblichen Ergebnis und dem bereinigten betrieblichen Ergebnis ist auf einen Veräußerungsgewinn und auf Restrukturierungsaufwendungen zurückzuführen. Im Rahmen der Straffung und Neuausrichtung unseres Portfolios haben wir im zweiten Quartal 2011 unser Markenartikelgeschäft in Indien verkauft. Die im Vergleich zum Vorjahr erhöhten Restrukturierungsaufwendungen stehen im Zusammenhang mit Maßnahmen zu einer kostenoptimierten und noch stärker an Märkten und Kunden ausgerichteten Organisation des Unternehmensbereichs. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) wurde ebenfalls durch den Einmalgewinn aus dem Verkauf des Indien-Geschäfts positiv beeinflusst und stieg von 20,7 Prozent im zweiten Quartal 2010 auf nun 27,3 Prozent. Auch auf Basis des operativen Ergebnisses verzeichnete der ROCE einen erfreulichen Anstieg. Das Netto-Umlaufvermögen im Verhältnis zum Umsatz haben wir im Vergleich zum exzellenten Wert im Vorjahreszeitraum erneut deutlich gesenkt. Hierzu trug vor allem ein weiter verbessertes Management der Vorräte und Kundenforderungen bei.

Der Geschäftsbereich *Waschmittel* wies auch in diesem Quartal wieder eine außergewöhnlich positive Entwicklung auf. Die stärksten Wachstumsimpulse gingen dabei von den Universalwaschmitteln aus. Hier zeigte unsere Kernmarke Persil eine zweistellige Wachstumsrate, zu der auch die erfolgreichen Markteintritte von Persil in Mexiko und Südkorea beitrugen. Zudem unterstützten innovative Produkteinführungen die Umsatzsteigerung. Ein Beispiel hierfür ist Persil Pure and Natural, bei dem hygienische Reinheit auf Basis pflanzlicher Rohstoffe erreicht wird. Zudem haben wir Persil Black-Gel in Westeuropa eingeführt:

Seine Langzeit-Schwarz-Formel bietet neben optimaler Waschkraft auch perfekten Farbschutz für schwarze und dunkle Wäsche. Der positive Trend bei den Weichspülern wurde weiterhin von den zu Beginn des Jahres in den USA erfolgreich eingeführten Purex Crystals verstärkt. Außerdem trug die Innovation Vernel Hygiene und Reinheit, bei der erstmalig das Thema Hygiene bei Weichspülern eine wichtige Rolle spielt, zur Umsatzsteigerung bei.

Im Geschäftsbereich *Reinigungsmittel* wurde der Umsatz des Vorjahres nicht erreicht. Bei den WC-Produkten erzielten wir wie im Vorjahresquartal positive Umsatzimpulse durch Bref Power Active – WC Frisch Kraft Aktiv in Deutschland –, das sich durch innovatives Design und die vier Kraft-Kugeln auszeichnet. Die Umsätze gingen zurück in den Kategorien Handgeschirrspülmittel sowie Lufterfrischer. Letztere liegen im nordamerikanischen Markt unter dem Niveau des zweiten Quartals 2010 – bedingt durch eine sehr starke Basis im Vorjahresquartal und den Eintritt neuer Wettbewerber. Unsere Umsätze mit Maschinengeschirrspülmitteln konnten wir hingegen weiter ausbauen.

Ausblick

Wir erwarten für 2011 ein Andauern der schwierigen Marktbedingungen. Wir wollen unsere weltweite Marktposition ausbauen und uns beim organischen Umsatzwachstum erneut besser entwickeln als unsere relevanten Märkte, für die wir eine stagnierende Entwicklung erwarten. Durch die Notwendigkeit von Preiserhöhungen zur Kompensation der stark gestiegenen Materialpreise könnten sich die Absatzmengen im zweiten Halbjahr allerdings etwas abschwächen. Durch die bereits durchgeführten und noch geplanten Preiserhöhungen sowie unsere Maßnahmen zur Verbesserung unserer Kostenstruktur erwarten wir bei der bereinigten Umsatzrendite – trotz anhaltend hoher Materialpreise – eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr (2010: 13,0 Prozent).

Top-Marken







Kosmetik / Körperpflege

Umsatz im zweiten Quartal in Mio. Euro

2007	769
2008	779
2009	790
2010	865
2011	881

Umsatz im ersten Halbjahr in Mio. Euro

2007	1.473
2008	1.487
2009	1.510
2010	1.627
2011	1.702

Wichtige Kennzahlen¹⁾

in Mio. Euro	2. Q/2010	2. Q/2011	+/-	1-6/2010	1-6/2011	+/-
Umsatz	865	881	1,9%	1.627	1.702	4,6%
Anteil am Konzernumsatz	22%	22%		22%	22%	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	112	140	24,7%	212	253	19,0%
Bereinigtes ²⁾ betriebliches Ergebnis (EBIT)	112	124	11,0%	210	238	12,9%
Umsatzrendite (EBIT)	13,0%	15,9%	2,9 pp	13,0%	14,8%	1,8 pp
Bereinigte ²⁾ Umsatzrendite (EBIT)	12,9%	14,1%	1,2 pp	12,9%	14,0%	1,1 pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	21,5%	28,8%	7,3 pp	20,5%	25,7%	5,2 pp

pp = Prozentpunkte

¹⁾ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.²⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Umsatzveränderung¹⁾

in Prozent	2. Q/2011	1-6/2011
Veränderung zum Vorjahr	1,9	4,6
Wechselkurseffekte	-3,2	-0,8
Bereinigt um Wechselkurseffekte	5,1	5,4
Akquisitionen/Divestments	-0,3	-0,1
Organisch	5,4	5,5
Davon Preis	0,3	-0,9
Davon Menge	5,1	6,4

¹⁾ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** erzielte im zweiten Quartal einen deutlichen organischen Umsatzanstieg von 5,4 Prozent und knüpfte damit an die sehr gute Entwicklung der Vorquartale an. Erneut lag das Wachstum über dem der relevanten Märkte. Die Absatzmenge steigerten wir deutlich. Getrieben durch unsere starken Innovationen konnten wir unsere Marktanteile weiter ausbauen und zum wiederholten Mal Rekordwerte erzielen. Daneben wurden im zweiten Quartal wieder höhere durchschnittliche Verkaufspreise realisiert, was sich

erstmalig seit vier Quartalen in einem positiven Preiseffekt widerspiegelte.

Wie bereits in den zurückliegenden Quartalen gingen besonders starke Impulse von den Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika sowie Asien (ohne Japan) aus. Insgesamt gelang es uns hier erneut, die Umsätze im zweistelligen Bereich auszubauen. Aber auch in den reifen Märkten konnten wir den Umsatz steigern. Insbesondere Nordamerika verzeichnete aufgrund von Produktneueinführungen ein deutliches Umsatzplus. Sehr gut entwickelte sich auch unser Geschäft in den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik. Westeuropa blieb unter dem starken Umsatzniveau des Vorjahres. Trotz des anhaltend schwierigen und wettbewerbsintensiven Marktumfelds konnten wir die Marktanteile weiter ausbauen.

Unser Geschäftserfolg zeigte sich auch in einer deutlichen Steigerung des bereinigten betrieblichen Ergebnisses (EBIT). Im Vergleich zum Vorjahresquartal verbesserten wir uns wiederum

Innovation



Gliss Kur Ultimate Repair

Gliss Kur baut seine Position als führende Hair-Repair-Marke mit der innovativen Linie Ultimate Repair weiter aus: Die neue, zum Patent angemeldete Liquid-Hair-Repair-Formel mit dreifach konzentrierten flüssigen Haarbausteinen repariert geschädigtes, trockenes Haar zielgenau sowohl im Inneren als auch an der Haaroberfläche. Das Haar wird geschmeidiger, glänzender und widerstandsfähiger. www.glisskur.de

Weitere Informationen zu unseren Produktneuheiten finden Sie in unserem „Innovation Letter“ auf der Internetseite von Investor Relations: www.henkel.de/ir

um 11,0 Prozent auf 124 Mio. Euro. Infolgedessen erhöhte sich die bereinigte Umsatzrendite um 1,2 Prozentpunkte auf 14,1 Prozent und erreichte damit einen neuen Höchstwert. Kostensenkungen und Effizienzsteigerungen haben erneut spürbar zur Ergebnissteigerung beigetragen. Auch im zweiten Quartal gelang es uns somit, gestiegene Rohstoff- und Verpackungspreise zu kompensieren. Der Unterschied zwischen dem berichteten und dem bereinigten betrieblichen Ergebnis ist insbesondere auf den Einmalgewinn aus der Veräußerung unseres Markenartikelgeschäfts in Indien zurückzuführen. Das Friseurgeschäft in Indien verbleibt hingegen bei Henkel. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) stieg von 21,5 Prozent auf nun 28,8 Prozent. Auch auf Basis des operativen Ergebnisses zeigte der ROCE einen sehr erfreulichen Anstieg. Das Netto-Umlaufvermögen im Verhältnis zum Umsatz blieb insgesamt auf dem exzellenten niedrigen Niveau des Vorjahresquartals.

Der Bereich *Haarkosmetik* zeichnete sich auch in diesem Quartal wieder durch eine außergewöhnlich positive Entwicklung aus. In allen Segmenten konnten bei stark gestiegenen Umsätzen die Marktanteile ausgebaut und Rekordwerte erreicht werden. Im Haarpflegegeschäft setzte der Relaunch von Gliss Kur mit flüssigen Haarbausteinen als neue Repair-Technologie positive Impulse und trug mit der erfolgreichen Einführung der neuen Linie Gliss Kur Ultimate Repair zum Wachstum bei. Mit der erfolgreichen Einführung der neuen Variante Schauma Hair & Body wurde das Angebot der Marke im wachsenden Männersegment ausgeweitet. Im Bereich Haarstyling trugen der weitere Roll-out des Styling-Puders Got2b Powderful sowie die Einführung des Got2b Rockin' it Trockenshampoos zu der positiven Entwicklung bei. Im Colorationsgeschäft lag der Fokus auf dem Launch der Sublinie Syoss Mixing Colors in Deutschland sowie dem weiteren internationalen Roll-out der ersten permanenten Schaumcoloration Perfect Mousse.

Auch im *Körperpflegegeschäft* bauten wir die Umsätze aus. Dazu trugen in Nordamerika die Einführung von Bodylotions unter der Marke Dial und das neue Body Wash von Right Guard bei. In den Regionen West- und Osteuropa lag der Fokus auf der Einführung der Serie Fa NutriSkin in den Kategorien Deodorants und Duschgels sowie auf der Markteinführung von Bodylotions.

Der Umsatz im *Hautpflegegeschäft* zeigte eine rückläufige Entwicklung. Positiv entwickelte sich unsere Kernmarke Diadermine. Hier stand die Innovation Lift+ Oleo Repair, die erste Repair-Lifting-Creme von Diadermine mit reichhaltigem Argan-Öl, im Mittelpunkt.

Im *Mundpflegegeschäft* blieb der Umsatz unter dem Vorjahresniveau. Denivit konnte dank der innovativen Sublinie Dr. Philipp starkes Wachstum generieren. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der neuen Theramed 2in1-Variante Power Clean&White.

Das *Friseurgeschäft* zeigte ein hohes Wachstum und setzte die positive Entwicklung der Vorquartale fort. Deutliche Wachstumsimpulse wurden zusätzlich durch die Markteinführungen von Igora Senea, der ersten permanenten Haarfarbe, die auch für empfindliche Kopfhaut geeignet ist, und dem Haar-Öl Bonacure Oil Miracle gesetzt.

Ausblick

Wir erwarten für 2011 ein Andauern der schwierigen Marktbedingungen. Mit der Fortführung unserer Innovationsoffensive wollen wir unsere weltweite Marktposition ausbauen und uns beim organischen Umsatzwachstum erneut besser entwickeln als unsere relevanten Märkte, für die wir eine stagnierende Entwicklung erwarten. Durch die Fortsetzung unserer Maßnahmen zur Verbesserung unserer Kostenstruktur erwarten wir bei der bereinigten Umsatzrendite – trotz anhaltend hoher Materialpreise – eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr (2010: 13,3 Prozent).

Top-Marken


Schwarzkopf



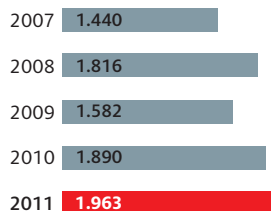
SYOSS



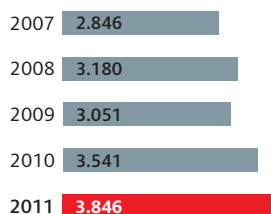


Adhesive Technologies

Umsatz im zweiten Quartal in Mio. Euro



Umsatz im ersten Halbjahr in Mio. Euro



Wichtige Kennzahlen¹⁾

in Mio. Euro	2. Q/2010	2. Q/2011	+/-	1-6/2010	1-6/2011	+/-
Umsatz	1.890	1.963	3,9%	3.541	3.846	8,6%
Anteil am Konzernumsatz	49%	50%		48%	49%	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	222	269	21,1%	408	513	25,9%
Bereinigtes ²⁾ betriebliches Ergebnis (EBIT)	255	278	9,0%	457	525	15,0%
Umsatzrendite (EBIT)	11,8%	13,7%	1,9 pp	11,5%	13,3%	1,8 pp
Bereinigte ²⁾ Umsatzrendite (EBIT)	13,5%	14,2%	0,7 pp	12,9%	13,7%	0,8 pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	12,6%	15,8%	3,2 pp	11,8%	15,0%	3,2 pp

pp = Prozentpunkte

¹⁾ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.²⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Umsatzveränderung¹⁾

in Prozent	2. Q/2011	1-6/2011
Veränderung zum Vorjahr	3,9	8,6
Wechselkurseffekte	-5,0	-1,4
Bereinigt um Wechselkurseffekte	8,9	10,0
Akquisitionen/Divestments	-	-0,1
Organisch	8,9	10,1
Davon Preis	4,6	3,6
Davon Menge	4,3	6,5

¹⁾ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** entwickelte sich im zweiten Quartal erneut deutlich besser als die relevanten Märkte und erzielte bei einem starken Vorjahresquartal eine organische Umsatzsteigerung – also bereinigt um Akquisitionen/Divestments und Wechselkurseffekte – von 8,9 Prozent. Sowohl Mengensteigerun-

gen als auch erfolgreich durchgeführte Preiserhöhungen haben zu dieser positiven Entwicklung geführt.

Alle Regionen und Geschäftsfelder trugen zu der deutlichen Umsatzsteigerung bei. Besondere Impulse gaben wiederum die Wachstumsregionen; dabei hatten Afrika/Nahost, Osteuropa und Asien (ohne Japan) auch in diesem Quartal die höchsten Wachstumsraten. Auch in den reifen Märkten konnten wir den Umsatz steigern. Im Rahmen der kontinuierlichen Portfolioentwicklung haben wir uns im Berichtszeitraum in Deutschland vom Geschäft mit Dachbahnen unter der Marke Wolfen getrennt und 100 Prozent der Anteile an Purbond übernommen, einem führenden Anbieter von Klebstoffen für den tragenden Holzbau mit Sitz in Großbritannien und operativem Geschäft in der Schweiz.

Innovation



Loctite QuickTape 249

Loctite QuickTape 249 ist die weltweit erste Schraubensicherung in Klebeband-Form – für saubere und praktische Anwendungen in der Industrie: Einfach das QuickTape von der Rolle ziehen und um die zu fixierende Schraube wickeln. Dies verhindert, dass sich Schrauben durch Vibrationen lösen, und schützt die Gewinde vor Korrosion.

www.useloctite.com/tape

Weitere Informationen zu unseren Produktneuheiten finden Sie in unserem „Innovation Letter“ auf der Internetseite von Investor Relations: www.henkel.de/ir

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahresquartal wiederum signifikant um 9,0 Prozent auf 278 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite konnte damit im Vergleich zum Vorjahresquartal erneut um 0,7 Prozentpunkte auf einen Höchstwert von 14,2 Prozent erhöht werden. Das gelang uns, obwohl sich weiter stark steigende Rohstoff- und Verpackungspreise deutlich negativ ausgewirkt haben. Diese Kostensteigerungen im Einkauf konnten wir durch weitere Effizienzsteigerungsmaßnahmen und Preiserhöhungen jedoch deutlich überkompensieren. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) haben wir um über 3 Prozentpunkte auf 15,8 Prozent weiter gesteigert. Das Verhältnis von Netto-Umlaufvermögen zum Umsatz wurde im Vergleich zum Vorjahr erneut gesenkt.

Der Umsatz im Geschäftsfeld *Klebstoffe für Handwerker, Konsumenten und Bau* entwickelte sich im Berichtszeitraum weiterhin erfreulich. In den Regionen Osteuropa und Afrika/Nahost konnten besonders deutliche Zuwächse erreicht werden.

Auch das Geschäftsfeld *Transport und Metall* setzte seine positive Umsatzentwicklung fort. In den Wachstumsregionen verzeichneten wir gegenüber dem Vorjahresquartal eine sehr starke Umsatzsteigerung; aber auch Westeuropa hat sich stark entwickelt. Die Produktgruppe Terophon HDF, die im Bereich der Geräuschkämmung bei Automobilen neue Maßstäbe setzt, wurde mit dem PACE Award – einem Innovationspreis für Automobilzulieferer – ausgezeichnet.

Das im Berichtszeitraum stärkste Umsatzwachstum erzielten wir wie im Vorjahresquartal im Geschäftsfeld *Allgemeine Industrie*. Zu dem überproportionalen Wachstum trugen alle Regionen mit zum Teil deutlich zweistelligem Umsatzwachstum bei.

Im Geschäftsfeld *Verpackungs-, Konsumgüter- und Konstruktionsklebstoffe* konnten wir den Umsatz trotz Lieferengpässen bei einigen Herstellern signifikant steigern. Die höchsten Wachstumsraten wurden dabei in den Regionen Afrika/Nahost und Asien/Pazifik erreicht.

Auch der Umsatz im Geschäftsfeld *Elektronik* entwickelte sich gegenüber dem Vorjahresquartal weiterhin positiv.

Ausblick

Wir erwarten in den für uns relevanten Märkten insgesamt ein Marktwachstum von 3 bis 4 Prozent, das somit unter dem des Jahres 2010 liegen wird. Bei den Preisen für Rohstoffe und Verpackungsmaterialien rechnen wir mit weiteren Belastungen in einem nach wie vor volatilen Marktumfeld. Begrenzte Kapazitäten bei einigen Herstellern können erneut zu Lieferengpässen führen. Nach dem sehr erfolgreichen Jahr 2010 wollen wir auch 2011 den profitablen Wachstumspfad weiter fortsetzen. Beim organischen Umsatzwachstum wollen wir uns erneut besser entwickeln als unsere relevanten Märkte. Aufgrund der deutlichen Verbesserung unserer Kostenstruktur erwarten wir bei der bereinigten Umsatzrendite eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr (2010: 12,8 Prozent).

Top-Marken

Halbjahresfinanzbericht 2011

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Das Wachstum der Weltwirtschaft hat sich im ersten Halbjahr 2011 auf gut 3 Prozent verringert. Die Industrieproduktion legte mit 6 bis 7 Prozent erneut kräftiger zu als der private Konsum, der um gut 2,5 Prozent expandierte.

Das erste Halbjahr war durch ein hohes Maß an politischen und wirtschaftlichen Problemen gekennzeichnet. Die politischen Unruhen im Nahen Osten haben die wirtschaftliche Entwicklung der Region beeinträchtigt. Japan ist infolge der Naturkatastrophe erneut in die Rezession abgerutscht. Europa und sein Währungsraum litten unter der Schuldenlast insbesondere der südlichen Peripherie-Länder. Hinzu kamen wachsende Unsicherheiten über die Weltkonjunktur. Diese wiederum führten zu anhaltenden Volatilitäten auf den Rohstoffmärkten.

Das Wachstum der US-Wirtschaft schwächte sich auf unter 2,5 Prozent ab. Japan hatte im ersten Halbjahr einen Rückgang seiner Wirtschaftsleistung um etwa 1,5 Prozent zu verzeichnen.

Europas Wirtschaft blieb zweigeteilt. Westeuropa legte um etwa 2 Prozent zu. Deutschland konnte seine Position als Konjunkturmotor mit einem Wirtschaftswachstum von 4 Prozent gut behaupten. Vergleichsweise robust waren auch die meisten skandinavischen Länder sowie Frankreich und die Benelux-Staaten. Demgegenüber beschleunigte sich die wirtschaftliche Abschwächung in den meisten südeuropäischen Ländern. Neben Griechenland und Portugal waren es vor allem Italien und Spanien, deren Wirtschaft stockte und die von den Rating-Agenturen kritisch betrachtet wurden.

In Osteuropa setzte sich die wirtschaftliche Erholung weiter fort. Die Wachstumsraten bleiben allerdings für eine Wachstumsregion mit gut 3,5 Prozent eher verhalten.

Lateinamerika verzeichnete ein kräftiges Wachstum von fast 5 Prozent. Die hohe Dynamik führte in manchen Ländern – allen voran Brasilien – zu ersten Überhitzungserscheinungen. Die Wachstumsländer Asiens erhöhten ihre Wirtschaftsleistung um rund 7 Prozent. Erheblichen Anteil daran hatte China, dessen Volkswirtschaft im ersten Halbjahr mit 9,5 Prozent trotz eingeleiteter Dämpfungsmaßnahmen fast unverändert kräftig wuchs.

Zum US-Dollar wertete der Euro im ersten Halbjahr 2011 gegenüber dem ersten Halbjahr 2010 von 1,33 auf 1,40 US-Dollar auf.

Die Inflation hat sich im ersten Halbjahr in vielen Regionen beschleunigt. Besonders in den Wachstumsregionen war der Preisauftrieb deutlich zu spüren. Konjunkturelle Impulse sowie gestiegene Rohstoffpreise waren hierfür maßgeblich. Aufgrund der jüngsten Beruhigung an den Rohstoffmärkten ließ der Inflationsdruck zuletzt etwas nach. Weltweit lagen die Verbraucherpreise im ersten Halbjahr etwa um 4 Prozent über dem Niveau des Vorjahreshalbjahres.

Die Arbeitslosenquoten haben sich in den meisten Regionen zwar verringert, der Abbau der Arbeitslosigkeit schritt allerdings unterschiedlich rasch voran. In den USA war die Quote mit 9 Prozent noch relativ hoch; zuletzt kam es sogar zu einem leichten Wiederanstieg. Demgegenüber verzeichnete der deutsche Arbeitsmarkt steigende Beschäftigung und sinkende Arbeitslosenquoten.

Für Henkel wichtige Branchen

Der Anstieg des privaten Konsums blieb verhalten. Die Verbraucher in den USA haben ihre Ausgaben im ersten Halbjahr um etwa 2,5 Prozent erhöht. Noch zurückhaltender waren die Konsumenten in Westeuropa. Sie haben 1 Prozent mehr konsumiert als im ersten Halbjahr 2010. Dabei wurde das Wachstum zum großen Teil von Deutschland und von Frankreich getragen. In den Wachstumsregionen legte der private Verbrauch um gut 5 Prozent zu. Die Industrieproduktion expandierte dort mit etwa 10 Prozent doppelt so schnell.

Die weltweite industrielle Dynamik war im ersten Halbjahr hoch. Erneut überproportional legten die Investitionsgütersektoren zu: Die Elektrotechnik-/Elektronikindustrie und die Transportindustrie steigerten ihre Produktion um jeweils 7 bis 8 Prozent, die Metallverarbeitung um knapp 10 Prozent. Sie profitierten von der verbesserten Investitionstätigkeit in den Industrieländern und den regen Exportaktivitäten. Der Anstieg wäre merklich höher gewesen, wäre es nicht aufgrund der Krise in Japan zu Lieferengpässen gekommen. Verhaltener hingegen war die Entwicklung in den konsumnahen Branchen wie der Verpackungsindustrie, die um gut 3 Prozent zulegen konnte.

Die Erholung der weltweiten Bauwirtschaft geht nur schleppend voran. In den USA blieb die Baubranche erneut hinter den Erwartungen zurück. Die Bauproduktion schrumpfte nochmals gegenüber dem Vorjahr um rund 5 Prozent. Auch in Westeuropa zieht sich die Baukrise länger hin als vorhergesagt. Es kam zu einer leichten Verringerung des Bauvolumens um 1 Prozent.

Geschäftsverlauf Januar bis Juni 2011

Wichtige Kennzahlen¹⁾

in Mio. Euro	1-6/2010	1-6/2011	+/-
Umsatz	7.402	7.776	5,1%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	843	967	14,7%
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT) ²⁾	897	987	9,9%
Umsatzrendite (EBIT)	11,4%	12,4%	1,0pp
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) ²⁾	12,1%	12,7%	0,6pp
Halbjahresüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	532	651	22,4%
Bereinigter ²⁾ Halbjahresüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	573	657	14,7%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,23	1,51	22,8%
Bereinigtes ²⁾ Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,33	1,52	14,3%

pp = Prozentpunkte

¹⁾ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.²⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Ertragslage

Im ersten Halbjahr 2011 erzielten wir einen deutlichen Umsatzanstieg von 5,1 Prozent auf 7.776 Mio. Euro. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 6,4 Prozent. Die organische Umsatzentwicklung – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – zeigt mit plus 6,7 Prozent eine hohe Steigerungsrate im Vergleich zum ersten Halbjahr 2010.

Umsatzveränderung¹⁾

in Prozent	1-6/2011
Veränderung zum Vorjahr	5,1
Wechselkurseffekte	-1,3
Bereinigt um Wechselkurseffekte	6,4
Akquisitionen/Divestments	-0,3
Organisch	6,7
Davon Preis	1,2
Davon Menge	5,5

¹⁾ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Zu dieser positiven Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei: Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel zeigte eine positive Wachstumsrate von 2,7 Prozent. Mit einem organischen Umsatzwachstum von 5,5 Prozent übertraf der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege das sehr starke erste Halbjahr 2010. Der

Unternehmensbereich Adhesive Technologies lag mit 10,1 Prozent sowohl preis- als auch volumengetrieben signifikant über einem bereits starken Vorjahreszeitraum. Unsere weltweiten Marktanteile haben wir in allen drei Unternehmensbereichen weiter ausgebaut. In den Konsumentengeschäften erzielten wir historische Höchstwerte.

Im ersten Halbjahr 2011 kam es zu keinen wesentlichen Veränderungen in unseren Absatzmärkten und bei unseren Wettbewerbspositionen, wie wir sie im [GB Geschäftsbericht 2010](#) ab Seite 66 beschrieben haben.

Preis- und Mengeneffekte im ersten Halbjahr 2011

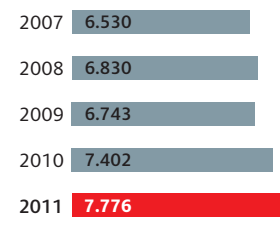
in Prozent	Organisches Umsatzwachstum	Davon Preis	Davon Menge
Wasch-/Reinigungsmittel	2,7	-1,2	3,9
Kosmetik/Körperpflege	5,5	-0,9	6,4
Adhesive Technologies	10,1	3,6	6,5
Henkel-Konzern	6,7	1,2	5,5

Im Folgenden werden die um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen bereinigten betrieblichen Aufwands- und Ertragsposten kommentiert. Die Überleitungsrechnung sowie die Verteilung der Restrukturierungsaufwendungen auf die Kostenzeilen der Gewinn- und Verlustrechnung finden Sie auf [Q2](#) Seite 26.

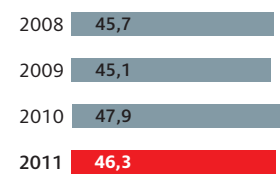
Die Kosten der umgesetzten Leistungen erhöhten sich im Wesentlichen bedingt durch Rohstoffpreisanstiege gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 8,2 Prozent auf 4.176 Mio. Euro. Das Bruttoergebnis vom Umsatz stieg auf 3.600 Mio. Euro; die Bruttomarge verringerte sich jedoch um 1,6 Prozentpunkte auf 46,3 Prozent. Durch Einsparungen aus Kostensenkungsmaßnahmen, Erhöhung der Absatzpreise und konsequente Effizienzverbesserungen konnten wir den Einfluss von steigenden Preisen für Rohstoffe und Verpackungen zum großen Teil kompensieren.

Die Marketing- und Vertriebsaufwendungen blieben nahezu stabil bei 2.102 Mio. Euro. Für Forschung und Entwicklung wendeten wir insgesamt 203 Mio. Euro auf und hielten den Anteil am Umsatz konstant bei 2,6 Prozent. Die Verwaltungsaufwendungen in Relation zum Umsatz lagen durch die Ausweitung unserer Shared Service Center mit 4,7 Prozent um 0,2 Prozentpunkte unterhalb des Vorjahresniveaus.

Umsatz im ersten Halbjahr in Mio. Euro



Bereinigte Bruttomarge im ersten Halbjahr in Prozent vom Umsatz



Überleitung vom Umsatz zum bereinigten betrieblichen Ergebnis¹⁾

in Mio. Euro	1-6/2010	%	1-6/2011	%	Veränderung
Umsatzerlöse	7.402	100,0	7.776	100,0	5,1%
Kosten der umgesetzten Leistungen	-3.860	-52,1	-4.176	-53,7	8,2%
Bruttoergebnis vom Umsatz	3.542	47,9	3.600	46,3	1,6%
Marketing- und Vertriebsaufwendungen	-2.110	-28,5	-2.102	-27,0	-0,4%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	-195	-2,6	-203	-2,6	4,1%
Verwaltungsaufwendungen	-364	-4,9	-364	-4,7	0,0%
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	24	0,2	56	0,7	>100%
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT)	897	12,1	987	12,7	9,9%

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

Der Saldo aus Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen erhöhte sich von 24 Mio. Euro auf 56 Mio. Euro. Höhere Auflösungen von Rückstellungen sowie höhere Gewinne aus Anlagenabgängen führten insgesamt zu einer Verbesserung von 14 Mio. Euro.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 9,9 Prozent von 897 Mio. Euro auf 987 Mio. Euro. Insbesondere die Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege trugen zu dieser positiven Entwicklung bei. Die Umsatzrendite des Konzerns haben wir von 12,1 Prozent auf 12,7 Prozent gesteigert. Die deutlichste Margenverbesserung zeigte der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege mit einer Steigerung von 12,9 auf 14,0 Prozent. Hierzu trug neben der ausgezeichneten Umsatzentwicklung das konsequente Kostenmanagement bei. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies steigerte seine Umsatzrendite aufgrund von Erhöhungen der Verkaufspreise und Effizienzsteigerungen ebenfalls deutlich von 12,9 Prozent auf 13,7 Prozent. Im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel konnten wir die Marge trotz gesunkener Absatzpreise und steigender Materialpreise stabil bei 12,7 Prozent halten.

Das Finanzergebnis verbesserte sich von -89 Mio. Euro auf -78 Mio. Euro. Dies ist im Wesentlichen auf die niedrigere Nettoverschuldung zurückzuführen. Die Steuerquote betrug 25,2 Prozent. Der Halbjahresüberschuss erhöhte sich um 21,8 Prozent von

546 Mio. Euro auf 665 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 14 Mio. Euro lag der Halbjahresüberschuss bei 651 Mio. Euro (erstes Halbjahr 2010: 532 Mio. Euro). Der bereinigte Halbjahresüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 657 Mio. Euro gegenüber 573 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) haben wir von 1,23 Euro auf 1,51 Euro gesteigert. Bereinigt lag es bei 1,52 Euro gegenüber 1,33 Euro im Vorjahreszeitraum.

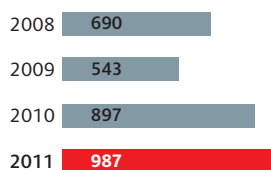
Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf

Im Rahmen des Berichts über das erste Quartal 2011 hatten wir für das Geschäftsjahr 2011 die Prognose abgegeben, dass wir uns beim organischen Umsatzwachstum erneut besser entwickeln wollen als unsere relevanten Märkte und ein organisches Umsatzwachstum am oberen Ende der Bandbreite von 3 bis 5 Prozent erwarten. Für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) hatten wir eine Steigerung auf etwa 13 Prozent und für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie einen Anstieg von etwa 10 Prozent prognostiziert.

Aufgrund der erfreulichen Umsatzentwicklung des ersten Halbjahres 2011 erwarten wir für das Geschäftsjahr 2011 nun ein organisches Umsatzwachstum von etwa 5 Prozent. Wir bestätigen unsere Prognose für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) von etwa 13 Prozent und für die Steigerung des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie von etwa 10 Prozent.

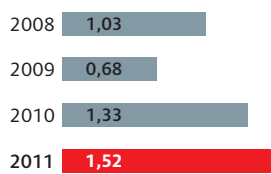
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT) im ersten Halbjahr

in Mio. Euro



Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie im ersten Halbjahr

in Euro



Vergleich Prognose und Ergebnisse

	Prognose 2011	Ergebnisse erstes Halbjahr 2011
Organisches Umsatzwachstum	Besser als die Entwicklung unserer relevanten Märkte	Wasch-/Reinigungsmittel: +2,7 Prozent (relevanter Markt: -1,3 Prozent) Kosmetik/Körperpflege: +5,5 Prozent (relevanter Markt: -1,3 Prozent) Adhesive Technologies: +10,1 Prozent (relevanter Markt: +3,0 Prozent)
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT)	Steigerung auf etwa 13 Prozent	Steigerung auf 12,7 Prozent
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie	Steigerung von etwa 10 Prozent	Steigerung um 14,3 Prozent

Vermögenslage

Im Vergleich zum Jahresende 2010 verminderte sich die Bilanzsumme um 0,3 Mrd. Euro auf 17,2 Mrd. Euro. Im **langfristigen Vermögen** sanken die Immateriellen Vermögenswerte im Wesentlichen durch die Währungsumrechnung um 492 Mio. Euro. Im leicht rückläufigen Sachanlagevermögen standen den Investitionen in Höhe von 155 Mio. Euro Abschreibungen von 149 Mio. Euro und ein negativer Währungskurseffekt von 67 Mio. Euro gegenüber. Das **kurzfristige Vermögen** wuchs von 5,9 Mrd. Euro auf 6,2 Mrd. Euro. Hier zeigt sich das gestiegene Geschäftsvolumen in höheren Vorräten und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Die Flüssigen Mittel sanken wegen der Dividendenausschüttung der Henkel AG & Co. KGaA für das Geschäftsjahr 2010 um 94 Mio. Euro auf 1,4 Mrd. Euro.

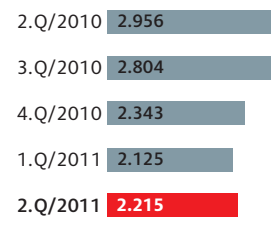
Das **Eigenkapital** einschließlich der nicht beherrschenden Anteile blieb mit 7.938 Mio. Euro auf dem Niveau zum Ende des Geschäftsjahres 2010. Die einzelnen Einflüsse auf die Eigenkapitalentwicklung stellen wir auf **Q2 Seite 27** tabellarisch dar. Dämpfend wirkte der Währungskurseinfluss aus dem seit Jahresbeginn schwächer bewerteten US-Dollar. Die Eigenkapitalquote (Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme) stieg von 45,4 Prozent auf 46,2 Prozent.

Die **langfristigen Verbindlichkeiten** in Höhe von 5,0 Mrd. Euro waren vorwiegend aufgrund

von Währungskursänderungen um 127 Mio. Euro niedriger als zum Ende 2010. Die langfristigen Finanzschulden enthalten wie im Vorquartal drei Anleihen: zwei Senior Bonds mit einem Rückzahlungsbetrag von jeweils 1,0 Mrd. Euro sowie eine Hybrid-Anleihe mit einem Rückzahlungsbetrag von 1,3 Mrd. Euro. In den **kurzfristigen Verbindlichkeiten**, die mit 4,2 Mrd. Euro leicht rückläufig waren, betragen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen 2.454 Mio. Euro; sie waren damit – parallel zur Entwicklung im kurzfristigen Vermögen – etwas höher als zum Jahresende 2010. Gegenläufig wirkte die weitere Rückführung unserer kurzfristigen Finanzschulden um 140 Mio. Euro auf 396 Mio. Euro.

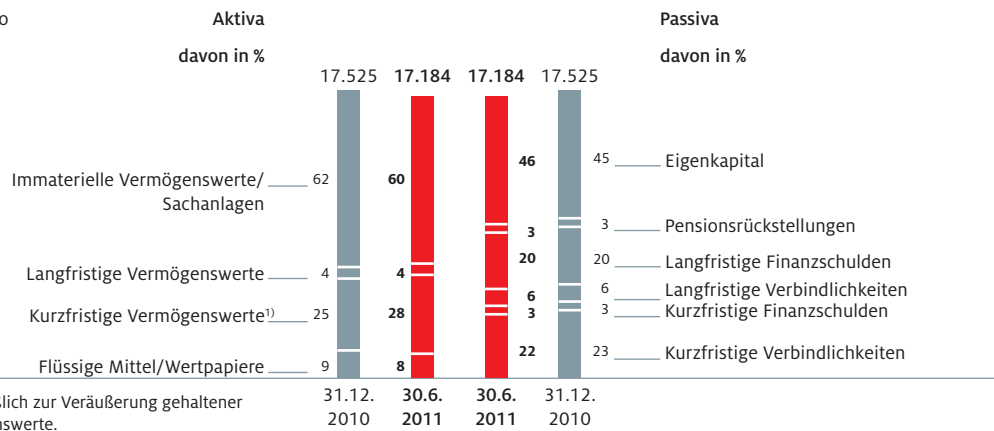
Zur Jahresmitte 2011 betrug die **Nettoverschuldung**¹⁾ 2.215 Mio. Euro; sie wurde somit im Vergleich zum 31. Dezember 2010 (2.343 Mio. Euro) zurückgeführt. Der Anstieg der Nettoverschuldung gegenüber dem 31. März 2011 steht im Zusammenhang mit der im zweiten Quartal gezahlten Dividende für das Geschäftsjahr 2010. Die operative Schuldendeckung hat sich im Berichtszeitraum infolge der gesunkenen Verschuldung auf 81,6 Prozent erhöht und liegt damit deutlich über dem Zielwert von 50 Prozent. Auch der Zinsdeckungs-faktor hat sich, begünstigt sowohl durch das höhere betriebliche Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) als auch durch den niedrigeren Zinsaufwand, weiter verbessert.

Nettoverschuldung in Mio. Euro



Bilanzstruktur

in Mio. Euro



¹⁾ Einschließlich zur Veräußerung gehaltener Vermögenswerte.

¹⁾ Finanzschulden abzüglich der Flüssigen Mittel und abzüglich eines positiven oder zuzüglich eines negativen Marktwerts der Sicherungsgeschäfte für die Finanzschulden, sofern die Finanzschulden selbst ebenfalls einer „Mark to Market“-Bewertung unterliegen.

Finanzkennzahlen

	31.12.2010	30.06.2011
Operative Schuldendeckung (Jahresüberschuss + Abschreibungen + Zinsanteil Pensionsrückstellungen / Nettofinanzschulden und Pensionsrückstellungen) ¹⁾	71,4%	81,6%
Zinsdeckungsfaktor (EBITDA/ Zinsergebnis inklusive Zinsanteil Pensionsrückstellungen)	12,8	15,0
Eigenkapitalquote (Eigenkapital/Bilanzsumme)	45,4%	46,2%

¹⁾ Berücksichtigung der Hybrid-Anleihe nur zu 50 Prozent als Fremdkapital.

Finanzlage

Die Entwicklung der Finanzlage wird in der Konzernkapitalflussrechnung auf [Seite 28](#) im Einzelnen dargestellt. Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** hat im ersten Halbjahr 2011 mit 446 Mio. Euro den hohen Vergleichswert im entsprechenden Vorjahreszeitraum (718 Mio. Euro) nicht erreichen können. Mindernd wirkte neben höheren Auszahlungen für Ertragsteuern der gestiegene Mittelabfluss im Netto-Umlaufvermögen.

Gleichwohl konnten wir das Netto-Umlaufvermögen mit 8,4 Prozent vom Umsatz auf ein um 0,3 Prozentpunkte niedrigeres Niveau als im Vorjahreszeitraum reduzieren.

Höhere Veräußerungserlöse, vorwiegend aus der Veräußerung unseres Markenartikelgeschäfts in Indien, entlasteten den **Cashflow aus Investitionstätigkeit**. Die Veräußerungserlöse kompensierten die im Vergleich zum ersten Halbjahr 2010 gestiegenen Investitionen in Sachanlagen.

Der Mittelabfluss im **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** (-426 Mio. Euro) war trotz der höheren Dividendenausschüttung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (-881 Mio. Euro) deutlich niedriger. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass im ersten Halbjahr 2010 wegen der Disposition von Geldanlagen ein erheblicher Abfluss liquider Mittel ausgewiesen wurde.

Die **Flüssigen Mittel/Wertpapiere** lagen mit 1.421 Mio. Euro (31. Dezember 2010: 1.515 Mio. Euro) auf einem weiterhin hohen Niveau.

Der **Free Cashflow** in Höhe von 210 Mio. Euro ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (533 Mio. Euro) – bedingt durch den niedrigeren Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit – rückläufig.

Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen bestehender Geschäfte betrugen 155 Mio. Euro nach 112 Mio. Euro im ersten Halbjahr 2010. In Immaterielle Vermögenswerte haben wir 4 Mio. Euro investiert (Vorjahreszeitraum: 5 Mio. Euro). Der Großteil der Investitionen entfiel auf die Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Wasch-/Reinigungsmittel. Rund zwei Drittel der Investitionssumme haben wir für Erweiterungsinvestitionen und Rationalisierungsmaßnahmen aufgewendet, zum Beispiel für die Einführung innovativer Produktlinien sowie für die Strukturoptimierung in der Produktion und der Logistik. Regional verteilten sich die Investitionen größtenteils auf Westeuropa, Osteuropa sowie Nordamerika.

Aus Erstkonsolidierungen ergab sich ein Zugang im Anlagevermögen in Höhe von 48 Mio. Euro.

Investitionen im ersten Halbjahr 2011

in Mio. Euro	Bestehendes Geschäft	Akquisitionen	Gesamt
Immaterielle Vermögenswerte	4	48	52
Sachanlagen	155	-	155
Summe	159	48	207

Akquisitionen und Divestments

Am 31. Mai 2011 veräußerten wir mit der Henkel India Limited unser Markenartikelgeschäft in Indien. Der Veräußerungserlös betrug 29 Mio. Euro. Der Gewinn aus der Veräußerung betrug 48 Mio. Euro. Mit Wirkung vom 30. Juni 2011 veräußerten wir unser Geschäft mit Dachbahnen unter der Marke Wolfen im Bereich Adhesive Technologies. Der Veräußerungserlös betrug 13 Mio. Euro. Es ergab sich ein Gewinn von 9 Mio. Euro.

Weder aufgrund der getätigten Akquisitionen und Divestments noch aus anderen Maßnahmen ergaben sich Änderungen in der Geschäfts- und Organisationsstruktur. Für eine ausführliche Darstellung der Organisation und Geschäftstätigkeit verweisen wir auf die entsprechenden Ausführungen im [GB Geschäftsbericht 2010](#) ab Seite 26.

Im zweiten Quartal 2011 haben wir aufgrund der anhaltend guten Geschäftsentwicklung und des verbesserten Finanzprofils unsere Ziel-Ratings von „A flat“ (Standard & Poor's) beziehungsweise „A2“ (Moody's) wiedererlangt. Akquisitionen werden wir – wenn überhaupt – nur in einem Umfang durchführen, wie diese Einstufung nicht gefährdet wird.

Mitarbeiter

Am 30. Juni 2011 beschäftigten wir 47.768 Mitarbeiter (30. Juni 2010: 48.133). Der Rückgang ist sowohl auf die Veräußerung unseres Markenartikelgeschäfts in Indien als auch auf unsere restriktive Einstellungspolitik zurückzuführen.

Entsprechend unserer Strategie erhöhen wir die Zahl unserer Mitarbeiter in den Wachstumsregionen Osteuropa und Asien.

Forschung und Entwicklung

Im ersten Halbjahr 2011 betrug die Aufwendungen des Henkel-Konzerns für Forschung und Entwicklung 208 Mio. Euro (bereinigt um Restrukturierungsaufwendungen: 203 Mio. Euro) nach 198 Mio. Euro (bereinigt: 195 Mio. Euro) im ersten Halbjahr 2010. In Relation zum Umsatz blieben die Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen im Vergleich zum Vorjahr mit 2,7 Prozent (bereinigt: 2,6 Prozent) konstant.

Die Entwicklung von innovativen Produkten spielt für uns eine zentrale Rolle. Die im **GB** Geschäftsbericht 2010 ab Seite 59 beschriebene Forschungs- und Entwicklungsstrategie hat sich nicht verändert.

Ausblick

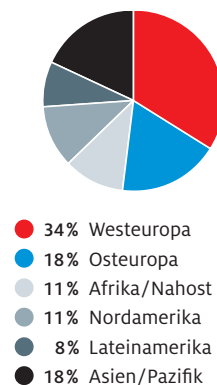
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Für das zweite Halbjahr 2011 erwarten wir eine weitere leichte Wachstumsabschwächung. Dämpfend wirken höhere Preise, eine nicht mehr ganz so expansive Geld- und Fiskalpolitik und die weltweit höheren Risiken, die auch das Vertrauen von Investoren und Konsumenten belasten können. Letzte Frühindikatoren deuten ebenfalls auf eine konjunkturelle Abkühlung hin. Die Wirtschaftsleistung im Gesamtjahr 2011 wird unserer Prognose zufolge um etwa 3 Prozent über der von 2010 liegen. Wir erwarten für die Industrieländer ein Wirtschaftswachstum von weniger als 2 Prozent, während die Schwellenländer um gut 5,5 Prozent expandieren.

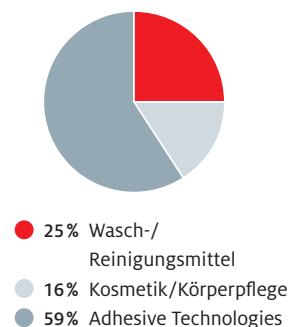
Die wirtschaftliche Dynamik in Nordamerika wird auch in den kommenden Monaten vergleichsweise verhalten bleiben. Wir erwarten für 2011 insgesamt einen Anstieg der Wirtschaftsleistung um 3 Prozent. Für Westeuropa prognostizieren wir ein Wirtschaftswachstum von 1,5 bis 2 Prozent. Dabei wird auch bei einem moderaten Krisenverlauf die Wirtschaftsentwicklung in Südeuropa schwach verlaufen. Die robusten Länder Deutschland, Frankreich und Skandinavien werden weiter deutlich stärker wachsen als der Süden. Für Japan rechnen wir im Gesamtjahr 2011 mit einem Rückgang des Bruttoinlandsprodukts um knapp 1 Prozent. Für die Wachstumsländer Asiens erwarten wir ein Wachstum von fast 7 Prozent. Dämpfungsmaßnahmen in China werden das Wachstum dort auf unter 9 Prozent reduzieren. Auch in Lateinamerika versuchen einige Regierungen, die bisher starke Wachstumsdynamik etwas zu dämpfen. Die Region wird unserer Prognose zufolge um 4,5 bis 5 Prozent wachsen. Für Osteuropa rechnen wir mit einem Plus von 3,5 bis 4 Prozent.

Die globale Arbeitslosenquote wird in diesem Jahr um etwa einen halben Prozentpunkt von 7,8 auf 7,4 Prozent zurückgehen. In den USA und in Europa mit Ausnahme von Deutschland verharrt die Arbeitslosigkeit auf vergleichsweise hohem Niveau, das deutlich über der Quote vor der Wirtschaftskrise liegt. Demgegenüber unterschreiten die Arbeitslosenquoten in anderen Regionen die Vorkrisenwerte.

Mitarbeiter nach Regionen



F&E-Aufwand nach Unternehmensbereichen



Die Inflation wird weltweit etwa 4 Prozent betragen. Der Preisauftrieb wird sich im zweiten Halbjahr nicht mehr beschleunigen. Dazu trägt die insgesamt moderate Konjunkturentwicklung bei.

Der private Konsum wird im Gesamtjahr 2011 mit 2,5 bis 3 Prozent moderat steigen. In den Industrieländern bleiben die Verbraucher zurückhaltend. Zuletzt hat sich das Konsumklima angesichts anhaltender Diskussionen über die immense Staatsverschuldung wieder eingetrübt. Die notwendigen staatlichen Konsolidierungsmaßnahmen bremsen zudem den Konsum. In Westeuropa werden die Konsumenten ihre Ausgaben marginal um 1 Prozent aufstocken. Die Krisenländer Portugal und Griechenland verzeichnen jeweils Konsumrückgänge. In Spanien und Großbritannien stagniert der Konsum. Die Verbraucher in den Wachstumsländern werden real etwa 5 Prozent mehr ausgeben als 2010, während in den Industrieländern nur mit einem Konsumplus von 1,5 Prozent zu rechnen ist.

Die Industrie wird 2011 ihre Produktion weltweit um 6,5 bis 7 Prozent steigern. Dazu tragen neben den stark expandierenden Wachstumsländern (etwa 10 Prozent) auch die Industrieländer bei: Westeuropas verarbeitendes Gewerbe wächst laut unserer Prognose um fast 6 Prozent, Nordamerika um knapp 4 Prozent. Nur in Japan wird das Vorjahresniveau markant unterschritten. Zwischenzeitliche Lieferengpässe haben das weltweite Wachstum insbesondere im ersten Halbjahr in Branchen wie Elektronik und Fahrzeugbau beeinträchtigt.

Bei den für uns als Abnehmer bedeutenden Branchen expandieren weltweit die Transportindustrie (6 bis 7 Prozent), die Elektronik/Elektrotechnik (7 Prozent) sowie die Metallherstellung und -bearbeitung (knapp 9 Prozent) überproportional stark.

Mit gut 3 Prozent unterdurchschnittlich – verglichen mit der Gesamtindustrie – wächst nach unserer Prognose die konsumnahe Verpackungsbranche.


Auf der konjunkturellen Schattenseite bleibt die Bauindustrie. Auch nach mehreren Jahren mit absoluten Produktionsrückgängen verharret das Wachstum der Branche unter 2 Prozent. Diesen moderaten Anstieg verdankt die Branche ausschließlich den Wachstumsländern.

Chancen und Risiken

Großes Potenzial sehen wir weiterhin in den Wachstumsregionen. Hier gibt es überdurchschnittliche Wachstumsmöglichkeiten, von denen wir profitieren werden. Hierzu zählen für Henkel die Regionen Asien (ohne Japan), Osteuropa, Afrika/Nahost und Lateinamerika.

Chancen sehen wir auch in unseren Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Wir entwickeln stetig neue und innovative Produkte und Problemlösungen, die unseren Kunden einen Mehrwert bieten. Wir verfügen über eine gut gefüllte und ausgewogene Pipeline an mittel- und langfristigen Innovationsprojekten, die wir in diesem und den kommenden Jahren in allen drei Unternehmensbereichen auf den Markt bringen wollen.

Eine weitere Chance stellt unser strikter Kostenfokus dar. Hierbei handelt es sich um einen Prozess, in dem wir den jeweiligen Status quo kontinuierlich hinterfragen und analysieren. Anschließend leiten wir aus den Ergebnissen Maßnahmen ab, die zu Kostensenkung, Kapazitätsanpassung und Bereinigung unseres Portfolios um Randgeschäfte und kleinere Marken führen. Einen wesentlichen Beitrag zur Kostenreduzierung erwarten wir von dem geplanten weiteren Ausbau unserer Shared Service Center.

Darüber hinaus ergeben sich Chancen aus der konsequenten Umsetzung und Implementierung unserer drei strategischen Prioritäten. Diese sind ausführlich erläutert im Kapitel „Strategie und Finanzziele 2012“ unseres  Geschäftsberichts 2010 auf den Seiten 40 bis 43.

Risiken für unsere Konsumentengeschäfte sehen wir insbesondere in der Möglichkeit einer Verschlechterung des Konsumklimas, zum Beispiel bei stark ansteigender Arbeitslosigkeit. Zudem erwarten wir eine weiterhin hohe Wettbewerbsintensität, die sich in einem kontinuierlichen Promotionsdruck und hohen Werbeausgaben manifestiert.

Risiken für unseren Unternehmensbereich Adhesive Technologies liegen in einem Rückgang der gegenwärtigen Markterholung und einem Ausfall einzelner Kunden und Lieferanten.

Für alle drei Unternehmensbereiche stellen weitere, zum Teil deutliche Anstiege der Rohstoff- und Verpackungspreise ein Risiko dar, ebenso Liefer-

engpässe bei einigen Rohstoffen, insbesondere im Unternehmensbereich Adhesive Technologies. Darüber hinaus sind die Auswirkungen der politischen Unruhen in Nordafrika sowie der Umwelt- und Atomkatastrophe in Japan auf die weltweite Lieferkette nicht abschließend beurteilbar.

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts sind keine Risiken im Zusammenhang mit der zukünftigen Entwicklung erkennbar, die den Fortbestand der Gesellschaft oder des Konzerns gefährden könnten.

Weitere Chancen und Risiken erläutern wir in den Kapiteln der Unternehmensbereiche in unserem **GB** Geschäftsbericht 2010 auf den Seiten 66 bis 77.

Ausblick des Henkel-Konzerns 2011

Nach dem guten ersten Halbjahr sind wir zuversichtlich, dass wir uns beim organischen Umsatzwachstum – bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erneut besser entwickeln werden als unsere relevanten Märkte. Wir erwarten nun ein organisches Umsatzwachstum von etwa 5 Prozent (bisher: am oberen Ende der Bandbreite von 3 bis 5 Prozent).

Wir bestätigen unsere Prognose für die bereinigte¹⁾ Umsatzrendite (EBIT) von etwa 13 Prozent (2010: 12,3 Prozent) und für die Steigerung des bereinigten¹⁾ Ergebnisses je Vorzugsaktie um etwa 10 Prozent (2010: 2,82 Euro).

Die Basis dafür bieten Erhöhungen unserer Absatzpreise und die Anpassung unserer Strukturen an die sich stetig ändernden Marktverhältnisse. Mit diesen Maßnahmen und einer weiterhin strikten Kostendisziplin wollen wir die Ergebniswirkungen der gestiegenen Rohstoffkosten überkompensieren.

Darüber hinaus erwarten wir für 2011 die folgenden Entwicklungen:

- Anstieg der Preise für Rohstoffe, Verpackungen, bezogene Waren und Leistungen im niedrigen 10-Prozent-Bereich,
- eine Forschungs- und Entwicklungsquote von etwa 2,6 Prozent,
- Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von etwa 160 Mio. Euro,
- ein Finanzergebnis von etwa minus 160 Mio. Euro,

- eine Steuerquote von etwa 26 Prozent,
- Investitionen in Sachanlagen unter 400 Mio. Euro (bisher: in Höhe von etwa 400 Mio. Euro).

Umsatz- und Ergebnisprognose 2012

Mit dem Fokus auf unsere im Jahr 2008 implementierten drei strategischen Prioritäten und den bisher gemachten Fortschritten zu deren Erreichung haben wir die Grundlage für unser zukünftiges profitables Wachstum gelegt.

Wir gehen davon aus, dass die Weltwirtschaft nach dem Jahr 2011, für das wir ein Wachstum von gut 3 Prozent erwarten, auch im Jahr 2012 ähnlich stark expandieren wird.

Darauf basierend streben wir auch im Jahr 2012 mit 3 bis 5 Prozent ein über unseren relevanten Märkten liegendes organisches Umsatzwachstum an. Aufgrund der bereits realisierten und noch ausstehenden Maßnahmen zum Ausschöpfen des vollen Geschäftspotenzials sind wir sehr zuversichtlich, bei der bereinigten¹⁾ Umsatzrendite (EBIT) im Jahr 2012 unser Ziel von 14 Prozent und beim bereinigten¹⁾ Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) unser Ziel eines Anstiegs von mehr als 10 Prozent zu erreichen.

Erwartete Entwicklung der für Henkel relevanten Märkte

Unternehmensbereich	2011
Wasch-/Reinigungsmittel	0%
Kosmetik/Körperpflege	0%
Adhesive Technologies	3-4%

Finanzziele 2012

Jährliches organisches Umsatzwachstum (durchschnittlich):
3-5 Prozent

Bereinigte¹⁾ Umsatzrendite (EBIT):
14 Prozent

Jährliches Wachstum des bereinigten¹⁾ Ergebnisses je Vorzugsaktie (durchschnittlich):
>10 Prozent

Nachtragsbericht

Nach dem 30. Juni 2011 sind keine berichtspflichtigen Ereignisse mit einer besonderen Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns eingetreten.

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Konzernbilanz

Aktiva

in Mio. Euro	30.06.2010	%	31.12.2010	%	30.6.2011	%
Immaterielle Vermögenswerte	9.287	51,9	8.641	49,3	8.149	47,4
Sachanlagen	2.348	13,1	2.215	12,6	2.136	12,5
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	316	1,8	328	1,9	260	1,5
Langfristige Ertragsteuererstattungsansprüche	2	–	3	–	2	–
Andere langfristige Vermögenswerte	38	0,2	30	0,2	90	0,5
Latente Steuern	354	2,0	358	2,0	369	2,1
Langfristiges Vermögen	12.345	69,0	11.575	66,0	11.006	64,0
Vorräte	1.495	8,4	1.460	8,3	1.592	9,3
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.189	12,2	1.893	10,8	2.188	12,7
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	442	2,4	708	4,0	595	3,5
Andere kurzfristige Vermögenswerte	336	1,9	210	1,2	237	1,4
Kurzfristige Ertragsteuererstattungsansprüche	142	0,8	133	0,8	127	0,7
Flüssige Mittel/Wertpapiere	888	5,0	1.515	8,7	1.421	8,3
Kurzfristiges Vermögen	5.492	30,7	5.919	33,8	6.160	35,9
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	45	0,3	31	0,2	18	0,1
Aktiva insgesamt	17.882	100,0	17.525	100,0	17.184	100,0

Passiva

in Mio. Euro	30.06.2010	%	31.12.2010	%	30.6.2011	%
Gezeichnetes Kapital	438	2,4	438	2,5	438	2,5
Kapitalrücklage	652	3,6	652	3,7	652	3,8
Eigene Aktien	–103	–0,5	–99	–0,5	–94	–0,5
Gewinnrücklagen	7.232	40,5	7.926	45,2	8.303	48,3
Sonstige Bestandteile des Eigenkapitals	–611	–3,4	–1.058	–6,0	–1.480	–8,6
Eigenkapital der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	7.608	42,6	7.859	44,9	7.819	45,5
Nicht beherrschende Anteile	76	0,4	91	0,5	119	0,7
Eigenkapital	7.684	43,0	7.950	45,4	7.938	46,2
Pensionsverpflichtungen	1.013	5,7	594	3,4	553	3,2
Langfristige Ertragsteuerrückstellungen	165	0,9	119	0,7	126	0,7
Andere langfristige Rückstellungen	253	1,4	302	1,7	334	1,9
Langfristige Finanzschulden	3.560	19,9	3.570	20,4	3.422	19,9
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	109	0,6	128	0,7	118	0,7
Andere langfristige Verbindlichkeiten	19	0,1	17	0,1	17	0,1
Latente Steuern	412	2,3	416	2,4	449	2,6
Langfristige Verbindlichkeiten	5.531	30,9	5.146	29,4	5.019	29,1
Kurzfristige Ertragsteuerrückstellungen	246	1,4	327	1,9	301	1,8
Andere kurzfristige Rückstellungen	982	5,5	867	4,9	752	4,4
Kurzfristige Finanzschulden	568	3,2	536	3,1	396	2,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.335	13,1	2.308	13,1	2.454	14,3
Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	246	1,4	175	1,0	100	0,6
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	278	1,5	205	1,1	209	1,2
Kurzfristige Ertragsteuerverbindlichkeiten	12	–	11	0,1	15	0,1
Kurzfristige Verbindlichkeiten	4.667	26,1	4.429	25,2	4.227	24,7
Passiva insgesamt	17.882	100,0	17.525	100,0	17.184	100,0

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

in Mio. Euro	2. Q/2010	%	2. Q/2011	%	Veränderung
Umsatzerlöse	3.890	100,0	3.953	100,0	1,6%
Kosten der umgesetzten Leistungen ¹⁾	-2.074	-53,3	-2.138	-54,1	3,1%
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.816	46,7	1.815	45,9	-0,1%
Marketing- und Vertriebsaufwendungen ¹⁾	-1.108	-28,5	-1.063	-26,8	-4,1%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen ¹⁾	-103	-2,6	-105	-2,7	1,9%
Verwaltungsaufwendungen ¹⁾	-202	-5,2	-196	-5,0	-3,0%
Sonstige betriebliche Erträge	62	1,6	98	2,5	58,1%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-44	-1,1	-12	-0,3	-72,7%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	421	10,8	537	13,6	27,5%
Zinsertrag	11	0,3	6	0,2	-45,5%
Zinsaufwand	-46	-1,2	-47	-1,2	2,2%
Zinsergebnis	-35	-0,9	-41	-1,0	17,1%
Finanzergebnis	-35	-0,9	-41	-1,0	17,1%
Ergebnis vor Steuern	386	9,9	496	12,6	28,5%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-106	-2,7	-121	-3,1	14,2%
Quartalsüberschuss	280	7,2	375	9,5	33,9%
- auf nicht beherrschende Anteile entfallend	-7	-0,2	-9	-0,2	28,6%
- auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	273	7,0	366	9,3	34,1%

¹⁾ Restrukturierungsaufwendungen im zweiten Quartal 2011: 34 Mio. Euro (2010: 47 Mio. Euro), darin enthalten: Kosten der umgesetzten Leistungen 6 Mio. Euro (2010: 26 Mio. Euro), Marketing- und Vertriebsaufwendungen 16 Mio. Euro (2010: 3 Mio. Euro), Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen 2 Mio. Euro (2010: 1 Mio. Euro), Verwaltungsaufwendungen 10 Mio. Euro (2010: 17 Mio. Euro).

Ergebnis je Aktie (Earnings per Share) unverwässert

in Euro	2. Q/2010	2. Q/2011	Veränderung
Stammaktie	0,63	0,85	34,9%
Vorzugsaktie ohne Stimmrecht	0,63	0,85	34,9%

Ergebnis je Aktie (Earnings per Share) verwässert

in Euro	2. Q/2010	2. Q/2011	Veränderung
Stammaktie	0,63	0,84	33,3%
Vorzugsaktie ohne Stimmrecht	0,63	0,84	33,3%

Freiwillige Zusatzinformation

in Mio. Euro	2. Q/2010	2. Q/2011
EBIT (wie berichtet)	421	537
Einmalige Erträge ¹⁾	-1	-57
Einmalige Aufwendungen	9	-
Restrukturierungsaufwendungen ²⁾	47	34
Bereinigter EBIT	476	514
Bereinigte Umsatzrendite	in %	13,0
Bereinigtes Finanzergebnis	-35	-41
Bereinigter Quartalsüberschuss	315	343
- Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA		
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	0,79

¹⁾ Davon 48 Mio. Euro Gewinn aus der Veräußerung unseres Markenartikelgeschäfts in Indien und 9 Mio. Euro aus der Veräußerung unseres Geschäfts mit Dachbahnen unter der Marke Wolfen im Unternehmensbereich Adhesive Technologies.

²⁾ Im zweiten Quartal 2011 34 Mio. Euro (2010: 44 Mio. Euro) aus dem laufenden Geschäft. Auf die Integration der National Starch-Geschäfte entfielen 2010 3 Mio. Euro.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

in Mio. Euro	1-6/2010	%	1-6/2011	%	Veränderung
Umsatzerlöse	7.402	100,0	7.776	100,0	5,1%
Kosten der umgesetzten Leistungen ¹⁾	-3.903	-52,7	-4.211	-54,2	7,9%
Bruttoergebnis vom Umsatz	3.499	47,3	3.565	45,8	1,9%
Marketing- und Vertriebsaufwendungen ¹⁾	-2.119	-28,6	-2.120	-27,3	-
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen ¹⁾	-198	-2,7	-208	-2,7	5,1%
Verwaltungsaufwendungen ¹⁾	-387	-5,2	-383	-4,9	-1,0%
Sonstige betriebliche Erträge	104	1,4	144	1,9	38,5%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-56	-0,8	-31	-0,4	-44,6%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	843	11,4	967	12,4	14,7%
Zinsertrag	15	0,2	20	0,3	33,3%
Zinsaufwand	-104	-1,4	-98	-1,3	-5,8%
Zinsergebnis	-89	-1,2	-78	-1,0	-12,4%
Finanzergebnis	-89	-1,2	-78	-1,0	-12,4%
Ergebnis vor Steuern	754	10,2	889	11,4	17,9%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-208	-2,8	-224	-2,9	7,7%
Halbjahresüberschuss	546	7,4	665	8,5	21,8%
- auf nicht beherrschende Anteile entfallend	-14	-0,2	-14	-0,2	-
- auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	532	7,2	651	8,3	22,4%

¹⁾ Restrukturierungsaufwendungen im ersten Halbjahr 2011: 77 Mio. Euro (2010: 78 Mio. Euro), darin enthalten: Kosten der umgesetzten Leistungen 35 Mio. Euro (2010: 43 Mio. Euro), Marketing- und Vertriebsaufwendungen 18 Mio. Euro (2010: 9 Mio. Euro), Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen 5 Mio. Euro (2010: 3 Mio. Euro), Verwaltungsaufwendungen 19 Mio. Euro (2010: 23 Mio. Euro).

Ergebnis je Aktie (Earnings per Share) unverwässert

in Euro	1-6/2010	1-6/2011	Veränderung
Stammaktie	1,22	1,50	23,0%
Vorzugsaktie ohne Stimmrecht	1,23	1,51	22,8%

Ergebnis je Aktie (Earnings per Share) verwässert

in Euro	1-6/2010	1-6/2011	Veränderung
Stammaktie	1,22	1,49	22,1%
Vorzugsaktie ohne Stimmrecht	1,23	1,50	22,0%

Freiwillige Zusatzinformation

in Mio. Euro	1-6/2010	1-6/2011
EBIT (wie berichtet)	843	967
Einmalige Erträge ¹⁾	-33	-57
Einmalige Aufwendungen	9	-
Restrukturierungsaufwendungen ²⁾	78	77
Bereinigter EBIT	897	987
Bereinigte Umsatzrendite	in %	12,1
Bereinigtes Finanzergebnis	-89	-78
Bereinigter Halbjahresüberschuss	573	657
- auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend		
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	1,33

¹⁾ Davon 48 Mio. Euro Gewinn aus der Veräußerung unseres Markenartikelgeschäfts in Indien und 9 Mio. Euro aus der Veräußerung unseres Geschäfts mit Dachbahnen unter der Marke Wolf in im Unternehmensbereich Adhesive Technologies.

²⁾ Im ersten Halbjahr 2011: 77 Mio. Euro (2010: 74 Mio. Euro) aus dem laufenden Geschäft. Auf die Integration der National Starch-Geschäfte entfielen 2010 4 Mio. Euro.

Gesamtergebnisrechnung

in Mio. Euro	2. Q/2010	2. Q/2011	1-6/2010	1-6/2011
Quartalsüberschuss/Halbjahresüberschuss	280	375	546	665
Unterschied aus Währungsumrechnung	542	-85	950	-430
Finanzinstrumente	-21	-8	-30	-2
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-64	-26	-98	27
Sonstiges Ergebnis (nach Steuern)	457	-119	822	-405
Gesamtergebnis der Periode	737	256	1.368	260
– auf nicht beherrschende Anteile entfallend	10	6	21	4
– auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	727	250	1.347	256

Eigenkapitalveränderungsrechnung

in Mio. Euro	Gezeichnetes Kapital			Eigene Aktien	Gewinnrücklagen	Sonstige Bestandteile des Eigenkapitals			Nicht beherrschende Anteile	Gesamt
	Stammaktien	Vorzugsaktien	Kapitalrücklage			Währungsumrechnung	Finanzinstrumente	Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA		
Stand 1.1.2010	260	178	652	-109	7.017	-1.301	-223	6.474	70	6.544
Halbjahresüberschuss	-	-	-	-	532	-	-	532	14	546
Sonstiges Ergebnis	-	-	-	-	-98	943	-30	815	7	822
Gesamtergebnis der Periode	-	-	-	-	434	943	-30	1.347	21	1.368
Ausschüttungen	-	-	-	-	-225	-	-	-225	-12	-237
Verkauf eigener Aktien	-	-	-	6	6	-	-	12	-	12
Sonstige neutrale Veränderungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-3	-3
Stand 30.6.2010	260	178	652	-103	7.232	-358	-253	7.608	76	7.684
Stand 31.12.2010/1.1.2011	260	178	652	-99	7.926	-776	-282	7.859	91	7.950
Halbjahresüberschuss	-	-	-	-	651	-	-	651	14	665
Sonstiges Ergebnis	-	-	-	-	27	-420	-2	-395	-10	-405
Gesamtergebnis der Periode	-	-	-	-	678	-420	-2	256	4	260
Ausschüttungen	-	-	-	-	-307	-	-	-307	-6	-313
Verkauf eigener Aktien	-	-	-	5	6	-	-	11	-	11
Sonstige neutrale Veränderungen	-	-	-	-	-	-	-	-	30	30
Stand 30.6.2011	260	178	652	-94	8.303	-1.196	-284	7.819	119	7.938

Konzernkapitalflussrechnung

in Mio. Euro	2. Q/2010	2. Q/2011	1-6/2010	1-6/2011
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	421	537	843	967
Gezahlte Ertragsteuern	-114	-123	-158	-202
Abschreibungen/Zuschreibungen Anlagevermögen (ohne Finanzanlagen)	125	97	226	200
Gewinne/Verluste aus Anlageabgängen (ohne Finanzanlagen)	5	-58	1	-66
Veränderung der Vorräte	-56	-53	-165	-192
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-121	-112	-300	-368
Veränderung sonstiger Vermögenswerte	-39	28	-99	-26
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	106	29	317	208
Veränderung anderer Verbindlichkeiten und Rückstellungen	5	-72	53	-75
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	332	273	718	446
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-3	-2	-5	-4
Investitionen in Sachanlagen	-58	-87	-112	-155
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	4	-1	-3	-4
Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten	4	34	6	38
Erlöse aus Sonstigen Anlageabgängen	4	13	13	33
Cashflow aus Investitionstätigkeit/Akquisitionstätigkeit	-49	-43	-101	-92
Dividenden Henkel AG & Co. KGaA	-225	-307	-225	-307
Dividenden Tochterunternehmen (an nicht beherrschende Anteile)	-5	-2	-12	-6
Erhaltene Zinsen	19	6	33	19
Gezahlte Zinsen	-51	-46	-115	-98
<i>Gezahlte und erhaltene Dividenden und Zinsen</i>	<i>-262</i>	<i>-349</i>	<i>-319</i>	<i>-392</i>
Veränderung der Finanzschulden	-326	13	-392	4
Zuführungen an Pensionsfonds	-47	-9	-75	-36
Sonstige Veränderung der Pensionsverpflichtungen	18	-22	1	-31
Sonstige Finanzierungsvorgänge	-5	-32	-96	29
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-622	-399	-881	-426
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	-339	-169	-264	-72
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelfonds	25	-4	42	-22
Veränderung Flüssige Mittel/Wertpapiere	-314	-173	-222	-94
Flüssige Mittel / Wertpapiere am 1.1.	1.202	1.594	1.110	1.515
Flüssige Mittel / Wertpapiere am 30.6.	888	1.421	888	1.421

Freiwillige Zusatzinformation Überleitung zum Free Cashflow

in Mio. Euro	2. Q/2010	2. Q/2011	1-6/2010	1-6/2011
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	332	273	718	446
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-3	-2	-5	-4
Investitionen in Sachanlagen	-58	-87	-112	-155
Erlöse aus Sonstigen Anlageabgängen	4	13	13	33
Zinssaldo	-32	-40	-82	-79
Sonstige Veränderung der Pensionsverpflichtungen	18	-22	1	-31
Free Cashflow	261	135	533	210

Konzernsegmentberichterstattung nach Unternehmensbereichen¹⁾

Zweites Quartal 2011

in Mio. Euro

	Wasch-/ Reini- gungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Klebstoffe für Handwerker und Konsu- menten	Industrie- klebstoffe	Summe Adhesive Tech- nologies	Summe operative Unternehmens- bereiche	Corporate	Konzern
Umsatz April – Juni 2011	1.076	881	507	1.456	1.963	3.920	33	3.953
Veränderung gegenüber Vorjahr	-0,9%	1,9%	3,3%	4,1%	3,9%	2,1%	-32,3%	1,6%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	3,4%	5,1%	7,3%	9,5%	8,9%	6,5%	-	6,0%
Organisch	3,7%	5,4%	8,7%	8,9%	8,9%	6,6%	-	6,3%
Anteil am Konzernumsatz	27%	22%	13%	37%	50%	99%	1%	100%
Umsatz April – Juni 2010	1.086	865	491	1.398	1.890	3.840	49	3.890
EBIT April – Juni 2011	157	140	69	200	269	566	-29	537
EBIT April – Juni 2010	137	112	29	193	222	471	-50 ⁴⁾	421
Veränderung gegenüber Vorjahr	14,8%	24,7%	>100%	3,6%	21,1%	20,2%	-	27,5%
Umsatzrendite (EBIT) April – Juni 2011	14,6%	15,9%	13,7%	13,7%	13,7%	14,4%	-	13,6%
Umsatzrendite (EBIT) April – Juni 2010	12,6%	13,0%	6,0%	13,8%	11,8%	12,3%	-	10,8%
Bereinigter EBIT April – Juni 2011	140	124	69	209	278	542	-28	514
Bereinigter EBIT April – Juni 2010	136	112	67	188	255	503	-27	476
Veränderung gegenüber Vorjahr	2,8%	11,0%	3,7%	10,8%	9,0%	7,8%	-	8,0%
Umsatzrendite (bereinigter EBIT) April – Juni 2011	13,0%	14,1%	13,7%	14,3%	14,2%	13,8%	-	13,0%
Umsatzrendite (bereinigter EBIT) April – Juni 2010	12,5%	12,9%	13,6%	13,5%	13,5%	13,1%	-	12,2%
Eingesetztes Kapital April – Juni 2011 ²⁾	2.299	1.951	996	5.821	6.816	11.066	60	11.126
Eingesetztes Kapital April – Juni 2010 ²⁾	2.639	2.093	1.044	6.183	7.227	11.959	-32	11.927
Veränderung gegenüber Vorjahr	-12,9%	-6,8%	-4,6%	-5,9%	-5,7%	-7,5%	-	-6,7%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) April – Juni 2011	27,3%	28,8%	27,9%	13,7%	15,8%	20,5%	-	19,3%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) April – Juni 2010	20,7%	21,5%	13,6%	12,5%	12,6%	16,0%	-	14,3%
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte/ Sachanlagevermögen April – Juni 2011	25	12	10	44	55	92	5	96
Davon außerplanmäßige Abschreibungen 2011	1	-	-	-	-	1	-	1
Davon Zuschreibungen 2011	-	-	-	-	-	-	-	-
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte/ Sachanlagevermögen April – Juni 2010	27	14	27	53	79	120	4	125
Davon außerplanmäßige Abschreibungen 2010	-	-	11	13	24	24	-	24
Davon Zuschreibungen 2010	-	-	-	-	-	-	-	-
Investitionen (ohne Finanzanlagen) April – Juni 2011	34	14	12	33	45	93	3	96
Investitionen (ohne Finanzanlagen) April – Juni 2010	18	12	8	22	30	60	4	64
Operatives Bruttovermögen April – Juni 2011 ³⁾	3.614	2.808	1.449	6.951	8.400	14.822	431	15.254
Operative Verbindlichkeiten April – Juni 2011	1.166	1.063	515	1.445	1.960	4.189	371	4.560
Operatives Vermögen April – Juni 2011 ³⁾	2.448	1.745	934	5.506	6.440	10.633	60	10.694
Operatives Bruttovermögen April – Juni 2010 ³⁾	4.112	2.921	1.453	7.310	8.763	15.795	336	16.131
Operative Verbindlichkeiten April – Juni 2010	1.298	1.023	463	1.375	1.838	4.159	368	4.527
Operatives Vermögen April – Juni 2010 ³⁾	2.814	1.898	990	5.935	6.925	11.636	-32	11.604

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro.²⁾ Mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten vor Verrechnung mit kumulierten Abschreibungen gemäß IFRS 3.79(b).³⁾ Mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten.⁴⁾ Im Jahr 2010 einschließlich der letztmalig unter Corporate ausgewiesenen Restrukturierungsaufwendungen für die Integration der National Starch-Geschäfte in Höhe von 3 Mio. Euro.

Konzernsegmentberichterstattung nach Unternehmensbereichen¹⁾

Erstes Halbjahr 2011

in Mio. Euro

	Wasch-/ Reini- gungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Klebstoffe für Handwerker und Konsu- menten	Industrie- klebstoffe	Summe Adhesive Tech- nologies	Summe operative Unternehmens- bereiche	Corporate	Konzern
Umsatz Januar – Juni 2011	2.148	1.702	951	2.895	3.846	7.696	80	7.776
Veränderung gegenüber Vorjahr	0,6%	4,6%	6,5%	9,4%	8,6%	5,4%	-19,7%	5,1%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	2,4%	5,4%	7,8%	10,7%	10,0%	6,7%	-	6,4%
Organisch	2,7%	5,5%	9,2%	10,4%	10,1%	6,9%	-	6,7%
Anteil am Konzernumsatz	28%	22%	12%	37%	49%	99%	1%	100%
Umsatz Januar – Juni 2010	2.135	1.627	893	2.647	3.541	7.302	99	7.402
EBIT Januar – Juni 2011	257	253	124	389	513	1.023	-56	967
EBIT Januar – Juni 2010	288	212	72	336	408	908	-65 ⁴⁾	843
Veränderung gegenüber Vorjahr	-10,8%	19,0%	73,3%	15,8%	25,9%	12,7%	-	14,7%
Umsatzrendite (EBIT) Januar – Juni 2011	12,0%	14,8%	13,1%	13,4%	13,3%	13,3%	-	12,4%
Umsatzrendite (EBIT) Januar – Juni 2010	13,5%	13,0%	8,0%	12,7%	11,5%	12,4%	-	11,4%
Bereinigter EBIT Januar – Juni 2011	272	238	125	400	525	1.035	-48	987
Bereinigter EBIT Januar – Juni 2010	272	210	115	342	457	939	-41	897
Veränderung gegenüber Vorjahr	0,2%	12,9%	9,2%	16,9%	15,0%	10,2%	-	9,9%
Umsatzrendite (bereinigter EBIT) Januar – Juni 2011	12,7%	14,0%	13,2%	13,8%	13,7%	13,4%	-	12,7%
Umsatzrendite (bereinigter EBIT) Januar – Juni 2010	12,7%	12,9%	12,8%	12,9%	12,9%	12,9%	-	12,1%
Eingesetztes Kapital Januar – Juni 2011 ²⁾	2.330	1.969	984	5.863	6.847	11.146	38	11.184
Eingesetztes Kapital Januar – Juni 2010 ²⁾	2.555	2.066	1.004	6.013	7.017	11.638	-59	11.579
Veränderung gegenüber Vorjahr	-8,8%	-4,7%	-2,0%	-2,5%	-2,4%	-4,2%	-	-3,4%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar – Juni 2011	22,1%	25,7%	25,2%	13,3%	15,0%	18,4%	-	17,3%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar – Juni 2010	22,6%	20,5%	15,5%	11,2%	11,8%	15,7%	-	14,7%
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte/ Sachanlagevermögen Januar – Juni 2011	57	24	21	89	110	191	9	200
Davon außerplanmäßige Abschreibungen 2011	7	-	-	-	-	7	-	7
Davon Zuschreibungen 2011	-	-	-	-	-	-	-	-
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte/ Sachanlagevermögen Januar – Juni 2010	55	24	40	99	139	218	8	226
Davon außerplanmäßige Abschreibungen 2010	-	-	12	14	26	26	-	26
Davon Zuschreibungen 2010	-	-	-	-	-	-	1	1
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar – Juni 2011	58	67	20	56	76	201	6	207
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar – Juni 2010	36	20	15	42	57	113	7	120
Operatives Bruttovermögen Januar – Juni 2011 ³⁾	3.683	2.802	1.417	7.007	8.423	14.909	420	15.329
Operative Verbindlichkeiten Januar – Juni 2011	1.199	1.038	493	1.460	1.953	4.190	382	4.572
Operatives Vermögen Januar – Juni 2011 ³⁾	2.484	1.765	923	5.547	6.471	10.719	38	10.757
Operatives Bruttovermögen Januar – Juni 2010 ³⁾	3.983	2.831	1.409	7.101	8.510	15.324	333	15.657
Operative Verbindlichkeiten Januar – Juni 2010	1.261	964	460	1.339	1.799	4.023	392	4.415
Operatives Vermögen Januar – Juni 2010 ³⁾	2.722	1.867	949	5.762	6.711	11.301	-59	11.242

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro.²⁾ Mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten vor Verrechnung mit kumulierten Abschreibungen gemäß IFRS 3.79(b).³⁾ Mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten.⁴⁾ Im Jahr 2010 einschließlich der letztmalig unter Corporate ausgewiesenen Restrukturierungsaufwendungen für die Integration der National Starch-Geschäfte in Höhe von 4 Mio. Euro.

Ergebnis je Aktie

Bei der Berechnung des Ergebnisses je Aktie für den Zeitraum Januar bis Juni 2011 haben wir den satzungsmäßigen Dividendenabstand zwischen Stamm- und Vorzugsaktie anteilig mit 1 Eurocent eingerechnet.

Das Aktien-Optionsprogramm verwässert das Ergebnis unserer Stammaktie und unserer Vorzugsaktie um je 1 Eurocent.

Ergebnis je Aktie

	1-6/2010	1-6/2011
Halbjahresüberschuss		
– Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA in Mio. Euro	532	651
Anzahl der im Umlauf befindlichen Stammaktien	259.795.875	259.795.875
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie in Euro	1,22	1,50
Anzahl der im Umlauf befindlichen Vorzugsaktien ¹⁾	173.917.301	174.300.434
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,23	1,51
Verwässerungseffekt aus Aktien-Optionsprogramm	–	122.086
Anzahl potenzieller Vorzugsaktien ²⁾	174.281.937	174.422.520
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie in Euro	1,22	1,49
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,23	1,50

¹⁾ Gewichteter Durchschnitt der Vorzugsaktien.

²⁾ Gewichteter Durchschnitt der Vorzugsaktien (korrigiert um potenzielle Zahl der Aktien aus dem Aktien-Optionsprogramm).

Veränderungen im Bestand eigener Aktien

Der Bestand eigener Aktien zum 30. Juni 2011 belief sich auf 3.793.970 Stück Vorzugsaktien. Dies entspricht einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 3,8 Mio. Euro (0,87 Prozent).

Durch die Ausübung und den Verfall von Optionen im Rahmen des Aktien-Optionsprogramms verringerte sich der Bestand eigener Aktien im Zeitraum Januar bis Juni 2011 um 232.595 Stück Vorzugsaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 0,2 Mio. Euro (0,05 Prozent).

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Den Halbjahresfinanzbericht des Henkel-Konzerns haben wir gemäß Paragraf 37w Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) sowie in Einklang mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) – wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind – und dementsprechend in Übereinstimmung mit dem International Accounting Standard (IAS) 34 „Interim Financial Reporting“ erstellt. Es gelten

dieselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, wie sie für den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2010 gültig waren, mit Ausnahme der Anwendung neuer Rechnungslegungsverlautbarungen im Geschäftsjahr 2011. Aus der Anwendung dieser Verlautbarungen ergeben sich keine wesentlichen Einflüsse auf die Darstellung des Halbjahresfinanzberichts. Um den Einblick in die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage weiter zu verbessern, sind in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, in der Gesamtergebnisrechnung, in der Konzernbilanz, in der Eigenkapitalveränderungsrechnung und in der Konzernkapitalflussrechnung Positionen weiter aufgegliedert oder die Positionsbezeichnungen angepasst worden.

IAS 34.41 gestattet zur Vereinfachung der unterjährigen Berichterstattung, in größerem Rahmen als im Jahresabschluss Schätzungen vorzunehmen und Annahmen zu treffen. Voraussetzung hierfür ist, dass alle wesentlichen Finanzinformationen, die für das Verständnis der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage relevant sind, angemessen dargestellt werden. Zur Berechnung des Aufwands für Ertragsteuern beziehen wir den geschätzten effektiven Ertragsteuersatz des laufenden Geschäftsjahres in die unterjährige Ermittlung des Steueraufwands ein.

Der aus einem verkürzten Konzernabschluss und einem Konzernzwischenlagebericht bestehende Halbjahresfinanzbericht wurde einer Prüferischen Durchsicht unterzogen.

Konsolidierungskreis

In den Konsolidierungskreis zum 30. Juni 2011 sind neben der Henkel AG & Co. KGaA als oberstes Mutterunternehmen sieben inländische und 181 ausländische Gesellschaften einbezogen, bei denen die Henkel AG & Co. KGaA nach dem Kontrollkonzept beherrschenden Einfluss auf die Finanz- und Geschäftspolitik hat. Dies ist in der Regel dann der Fall, wenn die Henkel AG & Co. KGaA direkt oder indirekt die Mehrheit der Stimmrechte besitzt. Gesellschaften mit einer Beteiligung von nicht mehr als der Hälfte der Stimmrechte werden voll konsolidiert, sofern die Henkel AG & Co. KGaA direkt oder indirekt deren Finanz- und Geschäftspolitik bestimmen kann.

Im Vergleich zum 31. Dezember 2010 wurden vier Gesellschaften neu in den Konsolidierungskreis aufgenommen, und fünf Gesellschaften haben den Konsolidierungskreis verlassen. Darüber hinaus haben zwei Fusionen stattgefunden. Die Änderungen des Konsolidierungskreises haben

die wesentlichen Konzernabschlussposten nicht nennenswert verändert.

Akquisitionen und Divestments

Mit Wirkung zum 1. Januar 2011 haben wir die Kontrolle über die Gesellschaft Schwarzkopf Inc., Culver City, Kalifornien, USA, erworben. Der Stimmrechtsanteil an der Gesellschaft beträgt 100 Prozent. Der gezahlte Kaufpreis betrug 42 Mio. Euro. Der vorläufige Unterschiedsbetrag entspricht dem gezahlten Kaufpreis. Die übernommenen Flüssigen Mittel von 1 Mio. Euro werden in der Kapitalflussrechnung unter den Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen gezeigt. Durch die direkte Präsenz im US-Friseurgeschäft können Potenziale besser ausgeschöpft werden.

Beginnend zum 1. April 2011 beziehen wir die bisher at-Equity bilanzierte Purbond Gruppe, Hatfield, Großbritannien, mit in den Konzernabschluss ein. Der gezahlte Kaufpreis betrug 4 Mio. Euro. Unter Berücksichtigung der Vorschriften des IFRS 3 zum sukzessiven Unternehmenszusammenschluss und der entsprechenden Neubewertung der bisher gehaltenen 50 Prozent zum Fair Value ergab sich ein positiver Ergebnisbeitrag von 2,5 Mio. Euro.

In Irland veräußerten wir Ende Januar 2011 die nicht zum Kerngeschäft zählende Bleichaktivator-TAED-Produktion mit einem Verkaufserlös von 4 Mio. Euro. Am 31. Mai 2011 veräußerten wir unsere Anteile an der Henkel India Limited, Chennai, Indien. Der Veräußerungserlös betrug 29 Mio. Euro. Der Gewinn aus der Veräußerung betrug 48 Mio. Euro. Im Zug des Divestments wurden Bankschulden in Höhe von 66 Mio. Euro abgelöst. Mit Wirkung vom 30. Juni 2011 veräußerten wir eine nicht zum Kerngeschäft zählende Aktivität des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies. Der Veräußerungserlös betrug 13 Mio. Euro. Es ergab sich ein Gewinn von 9 Mio. Euro.

Gesamtergebnisrechnung

Auf die Bestandteile des sonstigen Ergebnisses entfallen Steueraufwendungen auf die versicherungsmathematischen Gewinne in Höhe von 23 Mio. Euro (30. Juni 2010: Steuererträge in Höhe von 36 Mio. Euro) und Steuererträge aus Cashflow Hedges in Höhe von 1 Mio. Euro (30. Juni 2010: Steuererträge in Höhe von 19 Mio. Euro).

Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte

Die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte sind im Vergleich zum 31. Dezember 2010 um 13 Mio. Euro gesunken. Der Rückgang ist auf die zum 11. Januar 2011 an den Erwerber übertragenen Vermögenswerte eines Teils unseres Bauklebstoff-

geschäfts in Südkorea und auf Verkäufe bei verschiedenen anderen Gesellschaften des Konzerns zurückzuführen. Weiterhin wurden bei einer Gesellschaft Vermögenswerte zurück in das Sachanlagevermögen umgliedert, da die Verkaufsabsicht entfallen ist.

Haftungsverhältnisse

Zum 30. Juni 2011 betragen die Verbindlichkeiten aus Bürgschaften, Wechsel- und Scheckbürgschaften sowie Gewährleistungsverträgen insgesamt 19 Mio. Euro. Am 31. Dezember 2010 hatten Verbindlichkeiten von 15 Mio. Euro bestanden.

Operating-Leasingverpflichtungen

Operating-Leasingverhältnisse im Sinn von IAS 17 umfassen sämtliche Formen der Nutzungsüberlassung von Vermögenswerten einschließlich Miet- und Pachtverträgen. Die Verpflichtungen aus Operating-Leasingverträgen werden mit der Summe der Beträge ausgewiesen, die bis zum frühesten Kündigungstermin anfallen. Ausgewiesen sind Nominalwerte. Die Operating-Leasingverpflichtungen stellen sich zum 30. Juni 2011 wie folgt dar:


Operating-Leasingverpflichtungen

in Mio. Euro	31.12.2010	30.6.2011
Fälligkeit im Folgejahr	58	53
Fälligkeit zwischen 1 bis 5 Jahren	127	115
Fälligkeit über 5 Jahre	36	38
Gesamt	221	206


Stimmrechtsmitteilungen, Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Der Gesellschaft ist mitgeteilt worden, dass der Stimmrechtsanteil der Mitglieder des Aktienbindungsvertrags Henkel zum 21. Oktober 2010 insgesamt rund 53,21 Prozent der Stimmrechte (138.240.804 Stimmen) an der Henkel AG & Co. KGaA beträgt.

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Im Vergleich zum Konzernabschluss 31. Dezember 2010 haben sich keine Unterschiede in der Segmentierungsgrundlage sowie bei der Darstellung der Segmentergebnisse ergeben. Die Definition der Kennzahl ROCE sowie des operativen Vermögens und des eingesetzten Kapitals finden Sie im  Geschäftsbericht 2010 auf Seite 44 und Seite 129.

Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Die wesentlichen Posten der Kapitalflussrechnung und deren Veränderungen erläutern wir auf  Seite 20.

Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht

An die Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf:

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Konzernbilanz, Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzernkapitalflussrechnung sowie ausgewählten Anhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, für den Zeitraum vom 1. Januar 2011 bis 30. Juni 2011, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach Paragraf 37w Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) sind, einer Prüferischen Durchsicht unterzogen.

Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer Prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die Prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die Prüferische Durchsicht von Abschlüssen sowie ergänzend unter Beachtung des International Standard on Review Engagements 2410 (ISRE 2410) vorgenommen. Danach ist die Prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für die Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine Prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer Prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

Düsseldorf, den 8. August 2011

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Thomas Sauter
Wirtschaftsprüfer

Michael Gewehr
Wirtschaftsprüfer

Versicherung des gesetzlichen Vertreters

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und der Lage des Konzerns so dargestellt ist, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Düsseldorf, 8. August 2011

Henkel Management AG,
persönlich haftende Gesellschafterin
der Henkel AG & Co. KGaA

Der Vorstand
Kasper Rorsted,
Jan-Dirk Auris, Bruno Piacenza,
Dr. Lothar Steinebach, Hans Van Bylen

Bericht des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats

In der Sitzung am 8. August 2011 wurden dem Prüfungsausschuss der Zwischenbericht für die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2011 sowie der Bericht der KPMG AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, über die Prüferische Durchsicht des Zwischenabschlusses und Zwischenlageberichts vorgelegt und durch den Vorstand und die KPMG erläutert. Der Prüfungsausschuss stimmte dem Zwischenbericht zu.

Düsseldorf, 8. August 2011

Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses
Dr. Bernhard Walter

Impressum

Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA
40191 Düsseldorf
Telefon: +49 (0) 2 11 / 7 97-0

© 2011 Henkel AG & Co. KGaA

Redaktion:

Corporate Communications, Investor Relations,
Corporate Accounting and Reporting

Koordination: Constance Spitzer,
Jens Bruno Wilhelm, Wolfgang Zengerling

Design: Kirchhoff Consult AG, Hamburg

Fotos: Xu Jian, Henkel

Gesamtproduktion: Druckpartner Schotte, Essen

Veröffentlichungsdatum dieses Berichts:

10. August 2011

Corporate Communications

Telefon: +49 (0) 2 11 / 7 97-26 06

Fax: +49 (0) 2 11 / 7 98-24 84

E-Mail: lars.witteck@henkel.com

Investor Relations

Telefon: +49 (0) 2 11 / 7 97-39 37

Fax: +49 (0) 2 11 / 7 98-28 63

E-Mail: wolfgang.beynio@henkel.com



MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C017894

Der Halbjahresfinanzbericht ist gedruckt auf PROFIsilkFSC von Sappi. Das Papier ist aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff. Es besteht aus Holzfasern, die aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammen und nach den Regeln des Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert ist. Die Druckfarben enthalten keine Schwermetalle.

Verwendete Sammelbezeichnungen wie Mitarbeiter, Aktionäre oder Kunden sind als geschlechtsneutral anzusehen.

Alle Produktnamen sind geschützte Marken der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, oder der mit ihr Verbundenen Unternehmen.

Henkel AG & Co. KGaA
40191 Düsseldorf
Telefon: +49 (0) 2 11 / 797-0
www.henkel.de

Finanzkalender

Veröffentlichung des Berichts
über das dritte Quartal /Dreivierteljahr 2011:
Mittwoch, 9. November 2011

Veröffentlichung des Berichts
über das Geschäftsjahr 2011:
Donnerstag, 8. März 2012

Hauptversammlung der
Henkel AG & Co. KGaA 2012:
Montag, 16. April 2012

Veröffentlichung des Berichts
über das erste Quartal 2012:
Mittwoch, 9. Mai 2012

Veröffentlichung des Berichts
über das zweite Quartal /erste Halbjahr 2012:
Mittwoch, 8. August 2012

Veröffentlichung des Berichts
über das dritte Quartal /Dreivierteljahr 2012:
Mittwoch, 7. November 2012

Alle aktuellen Zahlen und Angaben zum
Unternehmen im Internet:



www.henkel.de

Diese Information enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel AG & Co. KGaA beruhen. Mit der Verwendung von Worten wie erwarten, beabsichtigen, planen, vorhersehen, davon ausgehen, glauben, schätzen und ähnlichen Formulierungen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. Diese Aussagen sind nicht als Garantien dafür zu verstehen, dass sich diese Erwartungen auch als richtig erweisen. Die zukünftige Entwicklung sowie die von der Henkel AG & Co. KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, zum Beispiel das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Henkel hierzu eine gesonderte Verpflichtung.