

Informationen an unsere Aktionäre

Moderne Textilien haben ein Geruchsproblem: Schon nach kurzer Zeit fühlt man sich nicht mehr frisch und wohl. Deshalb gibt es jetzt Fewa Fresh Magic, das erste Frische-Waschmittel von Henkel. Sein Wirkstoffsystem Neutralin dringt beim Waschen in die Kleidung ein und neutralisiert während des Tragens unangenehme Gerüche. Für ein durchgehend gutes Gefühl.

1.Q

Januar – März 2003

The advertisement features a woman with long, wavy blonde hair, wearing a vibrant pink long-sleeved button-down shirt and grey trousers. She is smiling and has her right hand behind her head. To her right is a large, pink plastic bottle of Fewa Fresh Magic laundry detergent. The bottle has a white cap and a handle. The label on the bottle includes the following text and graphics:

- mit **Neutralin®**
-neutralisiert Gerüche
-frisches anhaltendes Tragegefühl
- Mischgewebe (with an image of a yellow shirt)
- fewa**
Fresh Magic
- Synthetik (with an image of a white t-shirt)
- Elasthan (with an image of blue jeans)
- 30°C
40°C
60°C
- 1,5L
- Waschmittel für moderne Textilien
- Henkel logo

A red oval containing the word **Henkel** is positioned at the bottom center of the image. Below it, the slogan *A Brand Like a Friend* is written in a cursive font.

Erfreuliche Ergebnisentwicklung in schwierigem wirtschaftlichem Umfeld

- ▶ **Quartalsüberschuss: plus 25 Prozent**
- ▶ **Ergebnis je Vorzugsaktie: plus 22 Prozent**
- ▶ **Wechselkursbereinigtes Umsatzwachstum: knapp 3 Prozent**
- ▶ **Betriebliches Ergebnis: plus 3,5 Prozent**
- ▶ **Umsatzrendite: plus 0,5 Prozentpunkte**
- ▶ **Kapitalrendite: plus 1,2 Prozentpunkte**

● **Umsatz und Ergebnis**

Die wirtschaftlichen und geopolitischen Rahmenbedingungen führten weltweit zu einem Rückgang des privaten und industriellen Verbrauchs. In diesem schwierigen Umfeld erzielte die Henkel-Gruppe im ersten Quartal 2003 ein um Wechselkurseffekte bereinigtes Umsatzwachstum von 2,8 Prozent. Bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments betrug das Umsatzwachstum 1,4 Prozent. Nicht bereinigt sank der Umsatz um 3,1 Prozent auf 2,3 Mrd Euro.

Bedingt durch eine insgesamt günstige Rohstoffpreisentwicklung verbesserten sich die Herstellkosten und die Bruttomarge. Die Marketing- und Vertriebskosten sowie die Forschungs- und Entwicklungskosten lagen bezogen auf den Umsatz auf Vorjahresniveau.

Insgesamt entwickelte sich daher das betriebliche Ergebnis (EBIT) unverändert positiv und lag mit 168 Mio Euro um 3,5 Prozent über dem Wert des Vorjahres. Dies ist auf die Unternehmensbereiche Wasch-/Reinigungsmittel sowie Henkel Technologies zurückzuführen. Außerdem wirkten sich das im vergangenen Jahr gestartete Sonderrestrukturierungsprogramm und die Effizienzverbesserungsprogramme positiv aus. Die Umsatzrendite stieg um einen halben Prozentpunkt auf 7,2 Prozent. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (Return on Capital Employed = ROCE) betrug 15,6 Prozent und übertraf damit den Vorjahreswert um 1,2 Prozentpunkte. Die Gründe hierfür waren das verbesserte operative Ergebnis und eine geringere Kapitalbasis.

Das höhere Beteiligungsergebnis von Clorox verbesserte unser Finanzergebnis. Im Vorjahr war dieses durch Sonderabschreibungen bei Clorox in Höhe von 12 Mio Euro belastet.

Umsatz und Ergebnis 1. Quartal ¹⁾			
Mio Euro	2002	2003	+ / -
Umsatz	2.411	2.337	- 3,1 %
EBIT	162	168	3,5 %
Umsatzrendite (EBIT)	6,7 %	7,2 %	0,5 pp

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro pp = Prozentpunkte

Umsatzveränderung 1. Quartal		- 3,1 %
aus		
Bestehendem Geschäft		1,4 %
Akquisitionen/Divestments		1,4 %
Währungskurseinfluss		- 5,9 %

Ergebnis je Vorzugsaktie	
Euro	1. Q
2002	0,68
2003	0,83
Veränderung zum Vorjahr	22,1 %

Der Quartalsüberschuss lag bei 116 Mio Euro und damit um 24,7 Prozent über Vorjahr. Nach Fremdanteilen erzielten wir einen Quartalsüberschuss von 115 Mio Euro, eine Verbesserung um 22,3 Prozent.

Das Ergebnis je Vorzugsaktie stieg gegenüber dem Vorjahr von 0,68 Euro auf 0,83 Euro und somit um 22,1 Prozent.

Regionale Entwicklung

In der Region **Europa/Afrika/Nahost** stieg der Umsatz wechselkursbereinigt um 3,5 Prozent – nicht bereinigt um 1,5 Prozent. In Deutschland schwächte sich das Geschäft um 3,9 Prozent ab. Als Wachstumsbremse erwies sich dabei das verhaltene Konsumklima. Diese Entwicklung konnte jedoch durch einen deutlichen Umsatzzuwachs im übrigen Europa, Nahen Osten und Afrika mehr als ausgeglichen werden. Das betriebliche Ergebnis verbesserte sich um 2,2 Prozent.

Der Umsatz in **Nordamerika** stieg wechselkursbereinigt um 4,7 Prozent, wofür die Unternehmensbereiche Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie Henkel Technologies verantwortlich waren. Nicht bereinigt ging der Umsatz jedoch um 14,1 Prozent zurück. Das betriebliche Ergebnis stieg um 8,2 Prozent.

Die Situation in **Lateinamerika** war bis Ende Februar weiterhin durch die politischen und wirtschaftlichen Unsicherheiten geprägt, die zu Wechselkursbelastungen führten. Die daraus resultierende Konsumzurückhaltung machte sich hauptsächlich in den Bereichen Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie Wasch-/Reinigungsmittel bemerkbar. Wechselkursbereinigt ging der Umsatz in dieser Region um 13,0 Prozent zurück. Nicht bereinigt lag er um 30,6 Prozent unter Vorjahr. Das betriebliche Ergebnis ging gegenüber dem Vorjahr weiter zurück.

In der Region **Asien/Pazifik** lag der Umsatz wechselkursbereinigt um 6,4 Prozent über Vorjahr. Nicht bereinigt ging dieser jedoch um 7,7 Prozent zurück. Der guten Nachfrage bei Klebstoffen für Konsumenten und Handwerker sowie Henkel Technologies stand ein deutlicher Umsatzrückgang im Bereich Wasch-/Reinigungsmittel insbesondere in China sowie im Bereich Kosmetik/Körperpflege vor allem in Japan gegenüber. Das betriebliche Ergebnis zeigte gegenüber dem Vorjahr eine deutliche Verbesserung, war aber noch leicht negativ.

Eckdaten Henkel-Gruppe nach Regionen ¹⁾ 1. Quartal 2003						
Mio Euro	Europa/ Afrika/ Nahost	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz Jan.-März 2003	1.735	290	74	163	75	2.337
Umsatz Jan.-März 2002	1.710	337	107	176	81	2.411
Veränderung in %	1,5	- 14,1	- 30,6	- 7,7	-	- 3,1
EBIT Jan.-März 2003	189	11	- 7	- 3	- 22	168
EBIT Jan.-März 2002 ²⁾	185	10	- 3	- 7	- 23	162
Veränderung in %	2,2	8,2	> 100	56,8	-	3,5
Umsatzrendite EBIT Jan.-März 2003 in %	10,9	3,7	- 9,3	- 1,8	-	7,2
Umsatzrendite EBIT Jan.-März 2002 in %	10,8	2,9	- 2,7	- 3,9	-	6,7

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

²⁾ Um das betriebliche Ergebnis der Regionen zu ermitteln, werden in der Unternehmenszentrale anfallende Kosten für internationale Forschung und Entwicklung und die Kosten zur Steuerung der Unternehmensbereiche nach bestimmten Schlüsseln zugeordnet. Die Vorgehensweise hat sich gegenüber dem 1. Quartal 2002 verändert. Wir haben die Werte aus dem Vorjahresquartal entsprechend angepasst.

● Wichtige Ereignisse

Am 10. März 2003 haben wir bekannt gegeben, dass Henkel eine 6,86-prozentige Beteiligung an der Wella AG hält.

Zum 1. Juli 2003 verändert sich die Zusammensetzung der Geschäftsführung: Guido De Keersmaecker, Mitglied der Geschäftsführung der Henkel-Gruppe und zuständig für den Unternehmensbereich Henkel Technologies, geht zum 30. Juni 2003 in den Ruhestand.

Dr. Jochen Krautter, Mitglied der Geschäftsführung und zurzeit verantwortlich für den Unternehmensbereich Finanzen, übernimmt dann Henkel Technologies.

Dr. Lothar Steinebach, seit 1995 Ressortleiter und Mitglied des Direktoriums für Finanzen/Controlling, wird neuer Leiter des Unternehmensbereichs Finanzen.

Im Rahmen der turnusmäßigen Neuwahl des Aufsichtsrats in der Hauptversammlung am 14. April 2003 schied Dr. Ulrich Cartellieri aus dem Aufsichtsrat aus.

Werner Wenning, Vorsitzender des Vorstands der Bayer AG, trat als neues Mitglied in den Aufsichtsrat ein. Die übrigen Mitglieder wurden wiedergewählt.

Im Gesellschafterausschuss hat Frau Dr. Christa Plichta ihr Amt zum Ende der Hauptversammlung niedergelegt. Zum neuen Mitglied wurde Konstantin von Unger, Founding Partner, Blue Corporate Finance, gewählt.

Die Hauptversammlung stimmte am 14. April 2003 der vorgeschlagenen Dividende von 1,06 Euro je Stammaktie und 1,12 Euro je Vorzugsaktie zu. Die Zahlung erfolgte am 15. April 2003.

● Mitarbeiter

Am 31. März 2003 beschäftigte die Henkel-Gruppe 48.515 Mitarbeiter. Der Anteil der Mitarbeiter außerhalb Deutschlands betrug 77 Prozent.

● Wesentliche Beteiligungen

Henkel ist an **Ecolab Inc.**, St. Paul/Minnesota, USA, mit 27,9 Prozent beteiligt. Ecolab Inc. erzielte im ersten Quartal 2003 einen Umsatz von 876 Mio US-Dollar. Dies entspricht einem Anstieg von 11 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das betriebliche Ergebnis stieg um 39 Prozent auf 102 Mio US-Dollar. Diese Verbesserung war insbesondere auf das höhere Umsatzvolumen sowie Effizienzsteigerungsmaßnahmen zurückzuführen. Der Quartalsüberschuss lag mit 55 Mio US-Dollar um 58 Prozent über dem Vorjahr.

Der Marktwert unserer Beteiligung an Ecolab Inc. betrug zum 31. März 2003 1,7 Mrd Euro.

Henkel ist an **The Clorox Company**, Oakland/Kalifornien, USA, mit 28,9 Prozent beteiligt. Der Marktwert dieser Beteiligung betrug zum 31. März 2,7 Mrd Euro. Clorox wird die Quartalsergebnisse am 08. Mai 2003 veröffentlichen, zwei Tage nach Erscheinen dieses Aktionärsbriefes.

● Ausblick

Die unsichere Weltlage und daraus resultierende Wechselkursrisiken werden unsere Geschäfte auch weiterhin beeinflussen und das von uns angestrebte Umsatzwachstum von 4 Prozent (bereinigt um Wechselkurseffekte, Akquisitionen/Divestments) für das Gesamtjahr 2003 gefährden.

Dennoch wollen wir stärker als der Markt wachsen und planen nach wie vor beim betrieblichen Ergebnis eine Steigerung im hohen einstelligen Prozentbereich.

Für das Ergebnis je Aktie rechnen wir mit einer Verbesserung von knapp 10 Prozent.

Wasch-/Reinigungsmittel

Umsatz und Ergebnis 1. Quartal ¹⁾			
Mio Euro	2002	2003	+ / -
Umsatz	788	779	- 1,1 %
EBIT	66	69	3,8 %
Umsatzrendite (EBIT)	8,4 %	8,8 %	0,4 pp

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro pp = Prozentpunkte

Der Umsatz des Unternehmensbereichs **Wasch-/Reinigungsmittel** konnte bereinigt um Wechselkurseffekte um 3,1 Prozent gesteigert werden. Bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments betrug das Umsatzwachstum 0,3 Prozent. Nicht bereinigt lag der Umsatz jedoch um 1,1 Prozent unter dem des Vorjahres. Wir profitierten von weiterhin rückläufigen Materialkosten, Effizienzsteigerungsmaßnahmen sowie dem Sonderrestrukturierungsprogramm. Das betriebliche Ergebnis stieg um 3,8 Prozent und die Umsatzrendite verbesserte sich um 0,4 Prozentpunkte auf 8,8 Prozent. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) stieg um 1,9 Prozentpunkte auf 31,1 Prozent.

In der Region Europa/Afrika/Nahost stieg der um Wechselkurseffekte bereinigte Umsatz um 4,8 Prozent. Gegen diesen Trend ging der Umsatz in Deutschland um 3 Prozent zurück. Die erhöhte Sparneigung vieler Verbraucher steigerte die Nachfrage nach preiswerten Produkten. Das Europageschäft verzeichnete ein gutes erstes Quartal und legte beim Umsatz um 3,5 Prozent zu. Vor allem Italien, Frankreich und Spanien entwickelten sich erfreulich. Bereinigt um Wechselkurseffekte sowie die Akquisition von Pakvash stieg der Umsatz in Afrika/Nahost um 8 Prozent.

Das Geschäftsfeld Universalwaschmittel, das mehr als die Hälfte des Umsatzes des Unternehmensbereichs Wasch-/Reinigungsmittel ausmacht, lag wechsellkursbereinigt auf Vorjahresniveau. In Deutschland sank der Umsatz mit Universalwaschmitteln, obwohl unsere preisgünstigen Marken Weißer Riese und Spee Marktanteile gewannen. Im übrigen Europa entwickelte sich der Umsatz hingegen erfreulich, was

Umsatzveränderung 1. Quartal		- 1,1 %
aus		
Bestehendem Geschäft		0,3 %
Akquisitionen/Divestments		2,8 %
Währungskurseinfluss		- 4,2 %

vor allem auf die Marken Dixan und General in Italien sowie neue Produkte der Marken Le Chat und X-Tra in Frankreich zurückzuführen war. Darüber hinaus brachten wir ein neues seifenbasiertes und damit besonders hautfreundliches Waschmittel unter der Marke Persil Natural in den Niederlanden auf den Markt.

Der Umsatz der Spezialwaschmittel wuchs trotz deutlich höherer Nachfrage nach Handelsprodukten. Insbesondere in Deutschland steigerten wir den Umsatz mit den Marken Vernel (Weichspüler) und Perwoll (Wollwaschmittel). Das Spezialwaschmittel Fresh Magic für synthetische Kleidung erreichte in Frankreich innerhalb weniger Monate einen Anteil von 6 Prozent im Markt für Feinwaschmittel.

Das Geschäft mit Reinigungsmitteln erzielte den höchsten Umsatzanstieg im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel. Die innovativen Somat Tabs mit Langzeit-Glasschutz und der WC-Duo-Aktiv Toilettenreiniger trugen deutlich zur Umsatzsteigerung bei.

● **Ausblick**

Wir wollen weiterhin stärker wachsen als der Gesamtmarkt – und zwar durch innovative Produkte und den Ausbau der regionalen Präsenz. So haben wir das bereits in Frankreich erfolgreich eingeführte Spezialwaschmittel Fresh Magic dem Handel in 20 weiteren Ländern vorgestellt und werden es dort im Laufe der nächsten Monate auf den Markt bringen.

Wir gehen weiterhin von einer Steigerung des betrieblichen Ergebnisses im hohen einstelligen Bereich aus.

Kosmetik/Körperpflege

Umsatz und Ergebnis 1. Quartal ¹⁾			
Mio Euro	2002	2003	+ / -
Umsatz	509	490	- 3,8 %
EBIT	42	42	0,3 %
Umsatzrendite (EBIT)	8,3 %	8,6 %	0,3 pp

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro pp = Prozentpunkte

Der Umsatz des Unternehmensbereiches **Kosmetik/Körperpflege** lag bereinigt um Währungskurseffekte 0,2 Prozent unter Vorjahr. Der Unternehmensbereich führte weder Akquisitionen noch Divestments durch. Nicht bereinigt reduzierte sich der Umsatz um 3,8 Prozent. Das betriebliche Ergebnis entsprach dem Vorjahreswert. Die Umsatzrendite hat sich auf 8,6 Prozent verbessert. Dies ist auf niedrigere Materialkosten und einen Kostenabbau aus unseren Restrukturierungsprogrammen zurückzuführen. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital stieg um 0,6 Prozentpunkte auf 20,7 Prozent.

Die Region Europa/Afrika/Nahost erreichte das Umsatzniveau des Vorjahres. Gut entwickelten sich vor allem Frankreich, Spanien, Großbritannien und Benelux. In unserem Kernmarkt Deutschland, aber auch in Nordamerika machte sich erneut die Kaufzurückhaltung bemerkbar. Der Umsatzrückgang in Lateinamerika beruhte auf politischen und wirtschaftlichen Faktoren – in der Region Asien/Pazifik schlugen Wechselkurseinflüsse negativ zu Buche.

Der Umsatz der Haarkosmetik stieg bereinigt um Wechselkurseffekte leicht an. Bei den Colorationen zeichneten sich die Marken Brillance und Palette durch eine gute Umsatzentwicklung aus. Brillance festigte seine Marktführerschaft in Deutschland und gewann Marktanteile in Frankreich. Palette verbesserte sich in Russland und der Tschechischen Republik. Die Einführung dieser Marke im deutschen Niedrigpreissegment verläuft positiv. Die Stylingmarke Taft konnte den Umsatz steigern und Marktanteile gewinnen. In der Haarpflege wuchsen unsere Umsätze vor allem durch Gliss Kur.

Umsatzveränderung 1. Quartal		- 3,8 %
aus		
Bestehendem Geschäft		- 0,2 %
Akquisitionen/Divestments		0,0 %
Währungskurseinfluss		- 3,6 %

Der Umsatz des Segments Körperpflege lag deutlich unter Vorjahr. Das Geschäft stand im Zeichen der Vorbereitungen auf den Fa-Relaunch, der im März angelaufen ist.

Ein Umsatzplus verzeichnete die Hautpflege. Die Marke Diadermine entwickelte sich gut. Die Serie Lift+ wurde in Frankreich und Spanien um die neue Anti-Age-Variante „Sofort Effekt – Kapseln“ ergänzt. Im März führten wir unter Diadermine Aqua Force die neue innovative Gel-Creme „T-Zone“ ein.

Der Umsatz der Mundhygiene wuchs im Vergleich zum Vorjahr vor allem durch die gute Entwicklung von Licor del Polo in Spanien und Vademecum in Frankreich.

Im Friseurgeschäft konnten wir den Umsatz bereinigt um Wechselkurseffekte steigern. Gut entwickelte sich im Haarpflegebereich die Marke Bonacure mit der Einführung von Bonacure Men in Italien, Spanien und Osteuropa. Das Portfolio der Colorationsmarke Igora Royal „Trend Collection“ wurde um zusätzliche Nuancen ergänzt. Im Stylingsegment überarbeiteten wir Natural Styling „Curl & Care“ und führten es in zahlreichen Ländern ein.

● **Ausblick**

Wir werden unser Geschäft durch Sortimentserweiterungen unserer großen Marken weiter stärken. Beim betrieblichen Ergebnis streben wir weiterhin ein Wachstum im hohen einstelligen Prozentbereich an.

Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker

Umsatz und Ergebnis 1. Quartal ¹⁾			
Mio Euro	2002	2003	+ / -
Umsatz	332	319	- 4,2 %
EBIT	34	33	- 3,7 %
Umsatzrendite (EBIT)	10,2 %	10,4 %	0,2 pp

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro pp = Prozentpunkte

Umsatzveränderung 1. Quartal		- 4,2 %
aus		
Bestehendem Geschäft		0,2 %
Akquisitionen/Divestments		2,1 %
Währungskurseinfluss		- 6,5 %

Im Unternehmensbereich **Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker** stieg der Umsatz bereinigt um Wechselkurseffekte um 2,3 Prozent. Bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments betrug das Umsatzwachstum 0,2 Prozent. Nicht bereinigt lag der Umsatz jedoch 4,2 Prozent unter dem Wert des Vorjahres. Das betriebliche Ergebnis blieb um 3,7 Prozent hinter dem Vergleichszeitraum des Vorjahres zurück. Die Umsatzrendite betrug 10,4 Prozent, die Verzinsung auf das eingesetzte Kapital lag bei 20,3 Prozent.

Bereinigt um Wechselkurseffekte konnten wir mit Ausnahme von Lateinamerika in allen Regionen beim Umsatz zulegen. Die Entwicklung in der Region Europa/Afrika/Nahost litt unter der anhaltenden Krise im Wohnungsbau in Deutschland. Demgegenüber erreichten wir in Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien ein erfreuliches Umsatzwachstum, sowohl aus dem bestehenden Geschäft als auch akquisitionsbedingt. In Osteuropa haben wir unsere Marktposition trotz allgemein sinkender Nachfrage gefestigt. In lokaler Währung weist das US-amerikanische Geschäft ein zweistelliges Wachstum auf. Grund dafür war unter anderem die Empfehlung der US-Behörden, Klebebänder als Notfall-Ausrüstung bei Terroranschlägen bereitzuhalten. In Lateinamerika schwächte sich das Geschäft bedingt durch die problematische gesamtwirtschaftliche Lage ab. Das Wachstum in Asien/Pazifik ist auf die Konsolidierung des Sellotape-Geschäftes in Neuseeland zurückzuführen.

Die Konsumentenklebstoffe, unser wichtigstes Geschäftsfeld in diesem Unternehmensbereich, verbesserten sich bereinigt um Wechselkurseffekte im Vergleich zum Vorjahr. Ein Grund hierfür war der innovative Klebestift namens Power Pritt, mit dessen weltweiter Einführung wir im ersten Quartal begonnen haben. Es handelt sich um den ersten echten Alleskleber in Stiftform – mit hoher Klebkraft und einsetzbar für unterschiedliche Materialien. Power Pritt ergänzt das bestehende Pritt-Sortiment hervorragend. Die multifunktionale Klebstoffmasse Pattex Repair Express ist nun in über 20 Ländern auf dem Markt.

Das Bauchemiegeschäft zeigte witterungsbedingt einen rückläufigen Umsatz. Die Palette der konzentrierten Leichtgewichtsprodukte haben wir weiter ausgebaut.

● **Ausblick**

Wir werden unsere jüngsten Neueinführungen konsequent international durchsetzen und unser Vertriebsnetz weltweit stärken. Unverändert rechnen wir mit einem zweistelligen Wachstum beim betrieblichen Ergebnis.

Henkel Technologies

Umsatz und Ergebnis 1. Quartal ¹⁾			
Mio Euro	2002	2003	+ / -
Umsatz	701	674	- 3,8 %
EBIT	43	46	6,3 %
Umsatzrendite (EBIT)	6,1 %	6,8 %	0,7 pp

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro pp = Prozentpunkte

Umsatzveränderung 1. Quartal		- 3,8 %
aus		
Bestehendem Geschäft		5,1 %
Akquisitionen/Divestments		0,9 %
Währungskurseinfluss		- 9,8 %

Der Unternehmensbereich **Henkel Technologies** übertraf bereinigt um Wechselkurseffekte den Vorjahreswert um 6,0 Prozent. Bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments betrug das Umsatzwachstum 5,1 Prozent. Nicht bereinigt verringerte sich der Umsatz jedoch um 3,8 Prozent. Das betriebliche Ergebnis verbesserte sich um 6,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Umsatzrendite erhöhte sich auf 6,8 Prozent. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital stieg um 0,9 Prozentpunkte auf 10,7 Prozent.

Henkel Technologies konnte mit Ausnahme von Lateinamerika in allen Regionen ein Umsatzwachstum erzielen.

Bei den Industrieklebstoffen erreichten wir ein um Wechselkurseffekte bereinigtes Umsatzwachstum, das leicht über dem Vorjahr lag. In der Region Europa gelang dieses vor allem durch ein erfreuliches Wachstum bei Produkten für die Folienkaschierung. Allerdings ging das Geschäft in Deutschland zurück. Hierfür sorgten branchenspezifische Einflüsse in den Segmenten Holz, Isolierglas und allgemeine Industrie. In Nordamerika und im asiatisch-pazifischen Raum konnten wir die Umsätze dagegen steigern.

Bereinigt um Wechselkurseffekte lag der Umsatz mit Konstruktionsklebstoffen annähernd auf Vorjahresniveau. Dazu beigetragen haben vor allem die Regionen Europa/Afrika/Nahost und Asien/Pazifik mit den Ländern China, Korea und Thailand. Trotz der rückläufigen Entwicklung der weltweiten Automobilindustrie verlief unser Geschäft mit den Automobil-

herstellern sehr positiv. Dieser erfreuliche Trend ist unter anderem auf innovative Silikone zurückzuführen, die neue Anwendungen im Motoren- und Getriebebau ermöglichen. Demgegenüber ging der Umsatz mit Abnehmern in der Elektronikindustrie leicht zurück. Dies beruhte hauptsächlich auf der schwachen Nachfrage in Nordamerika. In Europa wurde das Vorjahresniveau erreicht. Die neue Produktionsstätte für Konstruktionsklebstoffe in Yantai, China, wird zum weiteren Wachstum im asiatischen Raum beitragen.

Das Geschäft der Oberflächentechnik erzielte – bereinigt um Wechselkurseffekte – einen deutlichen Umsatzanstieg. Gute Zuwachsraten zeigten unsere Geschäfte in der Region Europa/Afrika/Nahost und hier vor allem in Deutschland, Osteuropa und der Türkei. Auch im asiatisch-pazifischen Raum entwickelte sich der Umsatz sehr positiv, insbesondere in China. Im Automobilbereich machten unsere Aktivitäten zur Vermarktung neuer Produkte und Technologien in Nordamerika und Asien/Pazifik gute Fortschritte. Unsere Umsätze mit Kunden der Metallindustrie gingen zurück.

● **Ausblick**

Wir wollen unsere führende Marktposition in Europa und Nordamerika festigen und in Asien/Pazifik weiter ausbauen. Die Maßnahmen zur Optimierung der Kostenstrukturen in unseren Geschäften setzen wir fort. Beim betrieblichen Ergebnis streben wir unverändert eine zweistellige Steigerung an.

Henkel Konzern

Gewinn- und Verlustrechnung					
Mio Euro	Jan.-März 2002	%	Jan.-März 2003	%	% Ver- änderung
Umsatzerlöse	2.411	100,0	2.337	100,0	- 3,1
Kosten der umgesetzten Leistungen	1.270	52,7	1.217	52,1	- 4,2
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.141	47,3	1.120	47,9	- 1,8
Marketing- und Vertriebskosten	750	31,1	731	31,3	- 2,6
Forschungs- und Entwicklungskosten	69	2,9	60	2,5	- 13,0
Verwaltungskosten	129	5,4	124	5,3	- 3,9
Sonstige betriebliche Erträge	22	0,9	19	0,8	- 13,6
Sonstige betriebliche Aufwendungen	12	0,5	14	0,6	16,7
Geschäftwertabschreibungen	35	1,4	32	1,4	- 8,6
Aufwendungen für Restrukturierungen	6	0,2	10	0,4	66,7
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	162	6,7	168	7,2	3,5
Beteiligungsergebnis	26	1,1	43	1,9	65,4
Zinsergebnis	- 33	- 1,4	- 34	- 1,5	- 3,0
Finanzergebnis	- 7	- 0,3	9	0,4	-
Ergebnis vor Steuern	155	6,4	177	7,6	14,2
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	- 62	- 2,5	- 61	- 2,6	- 1,6
Quartalsüberschuss	93	3,9	116	5,0	24,7
Anteile anderer Gesellschafter	1	-	- 1	-	-
Quartalsüberschuss nach Fremdanteilen	94	3,9	115	5,0	22,3
Ergebnis je VZA (Euro)	0,68		0,83		22,1

Henkel Konzern

Bilanz				
Mio Euro	31.12.2002	%	31.3.2003	%
Immaterielle Vermögenswerte/Sachanlagen	3.503	41,2	3.410	38,5
Finanzanlagen	1.424	16,7	1.712	19,4
Anlagevermögen	4.927	57,9	5.122	57,9
Vorräte	1.073	12,6	1.098	12,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.545	18,1	1.628	18,4
Andere Forderungen und Sonstige Aktiva	416	4,9	465	5,3
Flüssige Mittel/Wertpapiere	226	2,7	207	2,3
Umlaufvermögen	3.260	38,3	3.398	38,4
Latente Steueransprüche	326	3,8	326	3,7
Aktiva insgesamt	8.513	100,0	8.846	100,0
Eigenkapital ohne Fremdanteile	3.279	38,5	3.307	37,4
Ausgleichsposten für Anteile Fremder	84	1,0	98	1,1
Eigenkapital mit Fremdanteilen	3.363	39,5	3.405	38,5
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.644	19,3	1.630	18,4
Andere Rückstellungen	1.146	13,5	1.111	12,6
Latente Steuerrückstellungen	242	2,8	175	2,0
Rückstellungen	3.032	35,6	2.916	33,0
Finanzschulden	859	10,1	1.173	13,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	858	10,1	905	10,1
Andere Verbindlichkeiten	401	4,7	447	5,1
Verbindlichkeiten	2.118	24,9	2.525	28,5
Passiva insgesamt	8.513	100,0	8.846	100,0

Eigenkapitalveränderungsrechnung		
Mio Euro	2002	2003
Eigenkapital ohne Fremdanteile, jeweils am 1.1. des Jahres	3.518	3.279
Ergebnis nach Anteilen Fremder	94	115
Ausschüttungen	–	–
Rückkauf eigener Aktien	– 5	–
Sonstige erfolgsneutrale Veränderungen	– 16	– 17
Währungskursveränderungen	– 8	– 70
Eigenkapital ohne Fremdanteile, jeweils am 31.3. des Jahres	3.583	3.307

Kapitalflussrechnung		
Mio Euro	Jan.-März 2002	Jan.-März 2003
Betriebliches Ergebnis / EBIT	162	168
Ausgaben Ertragsteuern	- 49	- 192 ¹⁾
Abschreibungen/Zuschreibungen Anlagevermögen (ohne Finanzanlagen)	108	100
Gewinne/Verluste aus Anlageabgängen (ohne Finanzanlagen)	- 8	- 1
Veränderung der Vorräte	- 18	- 37
Veränderungen der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	- 155	- 153
Veränderungen der Verbindlichkeiten und Rückstellungen	71	151
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	111	36¹⁾
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	- 2	- 2
Investitionen in Sachanlagen	- 65	- 63
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	- 25	- 299
Erlöse aus Anlageabgängen	15	7
Cashflow aus Investitionstätigkeit/Akquisitionstätigkeit	- 77	- 357
Dividenden Henkel KGaA	-	-
Dividenden Tochterunternehmen (an andere Gesellschafter)	- 4	- 3
Zins- und Dividendeneinnahmen	36	26
Zinsausgaben	- 46	- 54
<i>Dividenden- und Zinsergebnis</i>	<i>- 14</i>	<i>- 31</i>
Veränderung der Finanzschulden	61	337
Rückkauf eigener Aktien	- 5	-
Sonstige Finanzierungsvorgänge	4	-
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	46	306
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	80	- 15
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	1	- 4
Veränderung Flüssige Mittel/Wertpapiere	81	- 19
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 1.1.	421	226
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 31.03.	502	207

Überleitung zum Free Cashflow		
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	111	36 ¹⁾
Cashflow aus Investitionstätigkeit/Akquisitionstätigkeit	- 77	- 357
Dividenden- und Zinsergebnis	- 14	- 31
Netto Cashflow	20	- 352
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	25	299
Free Cashflow	45	- 53²⁾

¹⁾ Darin enthalten sind Steuerzahlungen aus dem Verkauf von Cognis im Jahr 2001 in der Größenordnung von 150 Mio Euro.

²⁾ Bereinigt um die Steuerzahlungen Cognis hätte der Free Cashflow rund 100 Mio Euro betragen.

Henkel Konzern

Segment-Berichterstattung nach Unternehmensbereichen ¹⁾ 1. Quartal 2003						
Mio Euro	Wasch-/ Reinigungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Kleb- stoffe	Henkel Tech- nologies	Corpo- rate	Konzern
Umsatz Jan.-März 2003	779	490	319	674	75	2.337
Veränderung gegenüber Vorjahr	- 1,1 %	- 3,8 %	- 4,2 %	- 3,8 %	-	- 3,1 %
Anteil am Konzernumsatz	33 %	21 %	14 %	29 %	3 %	100 %
Umsatz Jan.-März 2002	788	509	332	701	81	2.411
EBITDA Jan.-März 2003	91	61	46	84	- 14	268
EBITDA Jan.-März 2002	90	62	47	81	- 10	270
Veränderung gegenüber Vorjahr	1,5 %	- 2,5 %	- 2,5 %	3,9 %	-	- 0,8 %
Umsatzrendite (EBITDA) Jan.-März 2003	11,7 %	12,4 %	14,4 %	12,5 %	-	11,5 %
Umsatzrendite (EBITDA) Jan.-März 2002	11,4 %	12,2 %	14,2 %	11,6 %	-	11,2 %
Abschreibungen auf Patente/Lizenzen/Sachanlagevermögen (o. Finanzanlagen) Jan.-März 2003	20	10	9	21	8	68
Abschreibungen auf Patente/Lizenzen/Sachanlagevermögen (o. Finanzanlagen) Jan.-März 2002	22	11	8	19	13	73
EBITA Jan.-März 2003	71	51	37	63	- 22	200
EBITA Jan.-März 2002	68	51	39	62	- 23	197
Veränderung gegenüber Vorjahr	3,2 %	- 0,2 %	- 3,4 %	0,6 %	-	1,5 %
Umsatzrendite (EBITA) Jan.-März 2003	9,1 %	10,4 %	11,7 %	9,3 %	-	8,6 %
Umsatzrendite (EBITA) Jan.-März 2002	8,6 %	10,0 %	11,7 %	8,8 %	-	8,2 %
Geschäftswertabschreibungen Jan.-März 2003	2	9	4	17	-	32
Geschäftswertabschreibungen Jan.-März 2002	2	9	5	19	-	35
EBIT Jan.-März 2003	69	42	33	46	- 22	168
EBIT Jan.-März 2002	66	42	34	43	- 23	162
Veränderung gegenüber Vorjahr	3,8 %	0,3 %	- 3,7 %	6,3 %	-	3,5 %
Umsatzrendite (EBIT) Jan.-März 2003	8,8 %	8,6 %	10,4 %	6,8 %	-	7,2 %
Umsatzrendite (EBIT) Jan.-März 2002	8,4 %	8,3 %	10,2 %	6,1 %	-	6,7 %
ROCE Jan.-März 2003	31,1 %	20,7 %	20,3 %	10,7 %	-	15,6 %
ROCE Jan.-März 2002	29,2 %	20,1 %	20,6 %	9,8 %	-	14,4 %
Eingesetztes Kapital Jan.-März 2003 ²⁾	909	984	736	2.343	163	5.135
Eingesetztes Kapital Jan.-März 2002 ²⁾	932	1.016	758	2.526	234	5.466
Veränderung gegenüber Vorjahr	- 2,5 %	- 3,2 %	- 2,9 %	- 7,3 %	-	- 6,1 %
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Jan.-März 2003	22	17	6	16	7	68
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Jan.-März 2002	24	9	8	23	3	67
Operatives Bruttovermögen Jan.-März 2003	1.631	1.269	900	2.633	360	6.793
Operative Verbindlichkeiten Jan.-März 2003	759	511	266	622	197	2.355
Operatives Vermögen Jan.-März 2003 ³⁾	872	758	634	2.011	163	4.438
Operatives Bruttovermögen Jan.-März 2002	1.650	1.316	932	2.876	388	7.162
Operative Verbindlichkeiten Jan.-März 2002	737	495	265	662	154	2.313
Operatives Vermögen Jan.-März 2002 ³⁾	913	821	667	2.214	234	4.849
Forschungs- u. Entwicklungskosten (FuE) Jan.-März 2003	16	8	4	26	6	60
FuE in % vom Umsatz	2,1 %	1,7 %	1,4 %	3,8 %	-	2,5 %
Forschungs- u. Entwicklungskosten (FuE) Jan.-März 2002	18	9	4	29	9	69
FuE in % vom Umsatz	2,3 %	1,8 %	1,2 %	4,1 %	-	2,9 %

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro ²⁾ mit Goodwill zu Anschaffungskosten

³⁾ mit Goodwill zu Restbuchwerten

● Gewinn- und Verlustrechnung

Die Umsatzerlöse sanken bedingt durch Wechselkurseffekte im ersten Quartal 2003 gegenüber dem Vorjahr um 3,1 Prozent. Der Rückgang des Bruttoergebnisses vom Umsatz betrug lediglich 1,8 Prozent. Somit stieg die Bruttomarge von 47,3 Prozent im Vorjahr auf 47,9 Prozent an.

Hauptgrund für die Margenverbesserung war eine insgesamt günstige Entwicklung der Rohstoffpreise. Dies führte zu einem überproportionalen Rückgang der Kosten der umgesetzten Leistungen um 4,2 Prozent. Wir erwarten allerdings, dass sich dieser günstige Trend im Laufe des Jahres abschwächen wird.

Die Marketing- und Vertriebskosten sowie die Forschungs- und Entwicklungskosten lagen gemessen in Prozent vom Umsatz annähernd auf Vorjahresniveau. Der Rückgang der Verwaltungskosten ist vor allem auf erste Erfolge der im Jahr 2003 eingeführten Effizienzsteigerungsprogramme zurückzuführen.

Die sonstigen betrieblichen Erträge und Aufwendungen blieben auf dem Niveau des Vorjahres.

Die Geschäftswertabschreibungen verringerten sich währungsbedingt um 3 Mio Euro auf 32 Mio Euro. Die Restrukturierungsaufwendungen betrugen 10 Mio Euro.

Das Finanzergebnis verbesserte sich deutlich gegenüber dem Vorjahr, vor allem wegen des höheren Beteiligungsergebnisses von Clorox. Im Vorjahr war das Finanzergebnis durch Sonderabschreibungen bei Clorox in Höhe von 12 Mio Euro belastet.

Die Steuerquote betrug 34,5 Prozent, vor allem wegen niedrigerer Gewinne in Deutschland. Sie ist mit der Steuerquote des Vorjahres in Höhe von 40 Prozent nicht vergleichbar. Die Steuerquote des Vorjahres war durch steuerlich nicht abzugsfähige Aufwendungen aus dem Sonderrestrukturierungsprogramm beeinflusst.

Der Quartalsüberschuss lag bei 116 Mio Euro und damit um 24,7 Prozent über dem Vorjahr. Diese Verbesserung wurde durch ein um 6 Mio Euro höheres betriebliches Ergebnis und durch einen Anstieg des Finanzergebnisses um 16 Mio Euro erreicht. Nach Fremddanteilen erzielten wir einen Quartalsüberschuss von 115 Mio Euro, eine Verbesserung um 22,3 Prozent.

● Bilanz

Die Bilanzsumme zum 31. März 2003 erhöhte sich um 333 Mio Euro gegenüber dem 31. Dezember 2002. Das Anlagevermögen stieg um 195 Mio Euro auf 5.122 Mio Euro an. Dieser Anstieg wurde durch den Erwerb der Beteiligung an Wella ausgelöst. Demgegenüber verzeichnete das Sachanlagevermögen einen leichten Rückgang von 22 Mio Euro, der ausschließlich auf Wechselkurseffekte zurückzuführen ist. Die immateriellen Vermögenswerte reduzierten sich durch planmäßige Abschreibungen und durch Wechselkurseffekte um insgesamt 71 Mio Euro.

Im Umlaufvermögen ist ein Anstieg gegenüber dem Vorjahreswert um 138 Mio Euro zu verzeichnen. Dies ist im Wesentlichen auf höhere Vorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zurückzuführen. Die flüssigen Mittel reduzierten sich um 19 Mio Euro auf 207 Mio Euro.

Auf der Passivseite erhöhte sich das Eigenkapital einschließlich der Fremddanteile auf 3.405 Mio Euro gegenüber 3.363 Mio Euro am 31. Dezember 2002. Kursverluste aus der Währungsumrechnung in Höhe von 70 Mio Euro und erfolgsneutrale Kapitalveränderungen der Beteiligung an Clorox in Höhe von 19 Mio Euro aus dem Aktienrückkauf wurden durch den erzielten Quartalsüberschuss von 116 Mio Euro mehr als kompensiert.

Die Verbindlichkeiten stiegen um 407 Mio Euro an. Dies resultiert vor allem daraus, dass der Kauf der Wella-Beteiligung fremdfinanziert wurde. Dem Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und der anderen Verbindlichkeiten in Höhe von 93 Mio Euro steht ein Rückgang der Rückstellungen in Höhe von 116 Mio Euro gegenüber. Letzteres war bedingt durch Steuerzahlungen, die im Zusammenhang mit der Veräußerung des Cognis-Geschäfts stehen.

● **Kapitalflussrechnung**

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit betrug 36 Mio Euro und ging damit – trotz einer Verbesserung des betrieblichen Ergebnisses und einer im Vergleich zum Vorjahr geringeren Zunahme des Nettoumlaufvermögens – um 75 Mio Euro zurück. Die Ursache für den Rückgang liegt in einer starken Erhöhung der Ausgaben für Ertragsteuern. Diese stehen im Zusammenhang mit unserer im Jahr 2001 veräußerten Chemiesparte Cognis (Steuerzahlung Cognis: etwa 150 Mio Euro).

Der Cashflow aus Investitions-/Akquisitionstätigkeit betrug –357 Mio Euro und lag damit um 280 Mio Euro unter dem entsprechenden Vorjahreswert. Die gestiegenen Ausgaben für Investitionen und Akquisitionen beziehen sich nahezu ausschließlich auf den Erwerb unserer Beteiligung an Wella. Darüber hinaus gingen die Erlöse aus Anlageabgängen leicht zurück. Die Investitionen in das Sachanlagevermögen erreichten das Niveau des Vorjahres.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit lag mit 306 Mio Euro um 260 Mio Euro über dem Vorjahr. Hier ist ein deutlicher Anstieg der Finanzschulden zu verzeichnen, da der Erwerb der Beteiligung an Wella durch die Aufnahme von Fremdmitteln finanziert worden ist. Das Dividenden- und Zinsergebnis reduzierte sich aufgrund entsprechend höherer Zinsausgaben.

Der Netto-Cashflow lag mit –352 Mio Euro um 372 Mio Euro unter dem Vorjahr, wegen der Steuerzahlung im Zusammenhang mit dem Verkauf von Cognis (etwa 150 Mio Euro). Der um Investitionen in Finanzanlagen und Akquisitionen bereinigte Free Cashflow betrug –53 Mio Euro, 98 Mio Euro weniger als im ersten Quartal 2002. Ohne die Steuerzahlungen Cognis hätte der Netto-Cashflow etwa –200 Mio Euro und der Free Cashflow rund 100 Mio Euro betragen.

● **Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden**

Der Quartalsbericht der Henkel-Gruppe wurde wie der Jahresabschluss nach den Richtlinien des International Accounting Standards Board (IASB), London, erstellt. Es gelten die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze wie für den Jahresabschluss 2002. Die Erläuterungen im Anhang zum Jahresabschluss gelten daher sinngemäß.

In dieser Information enthaltene zukunftsbezogene Aussagen wurden nach bestem Wissen und Gewissen getroffen. Die von der Henkel KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse können jedoch von diesen zukunftsbezogenen Aussagen wesentlich abweichen und werden von einer Reihe wettbewerblicher und ökonomischer Faktoren abhängen, die zum Teil außerhalb des Einflussbereichs der Henkel KGaA liegen.

Weitere Informationen zu diesem Aktionärsbrief

Postanschrift:
Henkel KGaA
40191 Düsseldorf, Deutschland

Investor Relations
Telefon: 02 11-7 97-39 37
Fax: 02 11-7 98-28 63
E-Mail: magdalena.moll@henkel.com
E-Mail: waltraud.mueller@henkel.com

Corporate Communications
Telefon: 02 11-7 97-35 33
Fax: 02 11-7 98-24 84
E-Mail: ernst.primosch@henkel.com
E-Mail: lars.witteck@henkel.com

Termine

Bericht über das 2. Quartal 2003:
Montag, den 18. August 2003

Bericht über das 3. Quartal 2003:
Montag, den 17. November 2003

Herbstpresse- und Analystenkonferenz:
Montag, den 17. November 2003

Bilanzpresse- und Analystenkonferenz:
Mittwoch, den 25. Februar 2004

Hauptversammlung der Henkel KGaA:
Montag, den 19. April 2004

Weitere Detailangaben zu den Quartals-
zahlen finden Sie im Internet unter:
www.ir.henkel.de

Henkel im Internet: www.henkel.de

