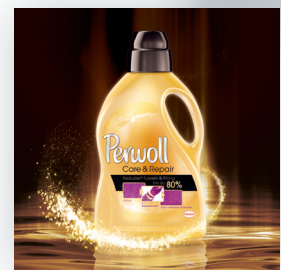


Q3

Quartalsfinanzbericht Juli bis September 2015

Finanzbericht

Januar bis September 2015



Excellence is our Passion

Kennzahlen Henkel-Konzern

in Mio Euro	3. Q/2014	3. Q/2015	Ver- änderung ¹	1–9/2014	1–9/2015	Ver- änderung ¹
Umsatz	4.236	4.590	8,4%	12.302	13.715	11,5%
Laundry & Home Care	1.188	1.314	10,6%	3.474	3.926	13,0%
Beauty Care	918	964	5,0%	2.671	2.910	9,0%
Adhesive Technologies	2.100	2.279	8,5%	6.062	6.783	11,9%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	603	666	10,4%	1.800	2.029	12,7%
Bereinigtes² betriebliches Ergebnis (EBIT)	693	778	12,3 %	1.986	2.253	13,4%
Umsatzrendite (EBIT) in %	14,2	14,5	0,3 pp	14,6	14,8	0,2 pp
Bereinigte² Umsatzrendite (EBIT) in %	16,4	16,9	0,5 pp	16,1	16,4	0,3 pp
Quartalsüberschuss / Dreivierteljahresüberschuss	450	494	9,8%	1.352	1.507	11,5%
auf nicht beherrschende Anteile entfallend	– 10	– 10	–	– 22	– 32	45,5%
auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	440	484	10,0%	1.330	1.475	10,9%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,01	1,12	10,9%	3,07	3,41	11,1%
Bereinigtes² Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,17	1,30	11,1%	3,37	3,77	11,9%
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in %	20,4	18,7	– 1,7 pp	20,9	18,8	– 2,1 pp

pp = Prozentpunkte

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

² Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Inhalt

3 Highlights 3. Quartal 2015	32 Ausgewählte Anhangangaben
4 Aktuelles	38 Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht
4 Die Aktie	39 Bericht des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats
6 Berichterstattung 3. Quartal 2015	40 Mehrjahresübersicht
16 Finanzbericht Januar bis September 2015	41 Impressum
23 Nachtragsbericht	42 Kontakte
24 Ausblick	43 Finanzkalender
26 Konzernzwischenabschluss	

Highlights 3. Quartal 2015

Finanzdaten

4.590 Mio €

Umsatz:
plus 8,4 Prozent

+ 3,2%

organisches Umsatzwachstum:
+ 5,5 Prozent Laundry & Home Care
+ 2,1 Prozent Beauty Care
+ 2,3 Prozent Adhesive Technologies

666 Mio €

betriebliches Ergebnis (EBIT)

778 Mio € / **+ 12,3%**

bereinigtes¹ betriebliches Ergebnis (EBIT) /
Steigerung gegenüber Vorjahresquartal

1,12 €

Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)

1,30 € / **+ 11,1%**

bereinigtes¹ Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) /
Steigerung gegenüber Vorjahresquartal

484 Mio €

Quartalsüberschuss auf Aktionäre der
Henkel AG & Co. KGaA entfallend

16,9%

bereinigte¹ Umsatzrendite (EBIT):
plus 0,5 Prozentpunkte
18,2 Prozent Laundry & Home Care
16,1 Prozent Beauty Care
18,1 Prozent Adhesive Technologies

6,0%

Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz

Wichtige Entwicklungen

Quartalsumsatz deutlich gesteigert.

Steigerung der bereinigten Umsatzrendite
in allen drei Unternehmensbereichen.

Wachstumsmärkte mit starkem
organischem Umsatzwachstum.

Zweistelliger Zuwachs des bereinigten
Ergebnisses je Vorzugsaktie.

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen (34 Mio Euro) und Erträge (0 Mio Euro) sowie Restrukturierungsaufwendungen (78 Mio Euro).

Aktuelles

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

www.henkel.de/ir

Henkel hat mit dem US-amerikanischen Start-up-Unternehmen DropWise Technologies Corp. eine Entwicklungskooperation abgeschlossen. DropWise, 2014 gegründet, hat im Labormaßstab die rechtlich geschützte Methode für ein neuartiges Verfahren zur Herstellung hydrophober Beschichtungen zum Schutz von Metalloberflächen entwickelt. Die Partnerschaft ermöglicht es Henkel, seine führende Position im Bereich Oberflächentechnik weiter auszubauen und durch neue Anwendungen das Wachstum im Markt voranzutreiben.

Zum 139. Geburtstag des Unternehmens hat Henkel Ende September das globale soziale Netzwerk Yammer für seine Mitarbeiter gestartet. Yammer ergänzt die 2014 eingeführte digitale Arbeitsumgebung um ein interaktives berufliches Netzwerk. Damit wird der Informationsaustausch zwischen allen Funktionen und Unternehmensbereichen weltweit weiter vereinfacht.

Internationale Nachhaltigkeitsexperten haben erneut das Engagement von Henkel gewürdigt: Bereits im fünften Jahr ist Henkel Teil der STOXX® Global ESG Leaders Indizes, die Umwelt-, Sozial- und Governance-Kriterien zugrunde legen. Sie basieren auf Daten, die jedes Jahr von Sustainalytics bereitgestellt werden. Das Nachhaltigkeitsrating 2015 von Sustainalytics erkennt Henkel ein weiteres Mal als ein führendes Unternehmen in der Kategorie „Household and Personal Products“ an.

Die Aktie

Die für uns relevanten Aktienindizes entwickelten sich im Verlauf des dritten Quartals 2015 negativ. Der DAX schloss mit einem Kurs von 9.660,44 Punkten und einem Minus von 11,7 Prozent. Ebenfalls negativ entwickelte sich der STOXX® Europe 600 Index; er verzeichnete ein Minus von 8,8 Prozent.

Der Kurs der Henkel-Vorzugsaktie ging im dritten Quartal von 100,60 Euro um 8,6 Prozent auf 91,97 Euro zurück. Die Henkel-Stammaktie verzeichnete mit -7,7 Prozent und einem Schlusskurs von 78,94 Euro ebenfalls einen Rückgang.

Die Prämie der Vorzugsaktie gegenüber der Stammaktie lag im dritten Quartal bei durchschnittlich 16,9 Prozent.

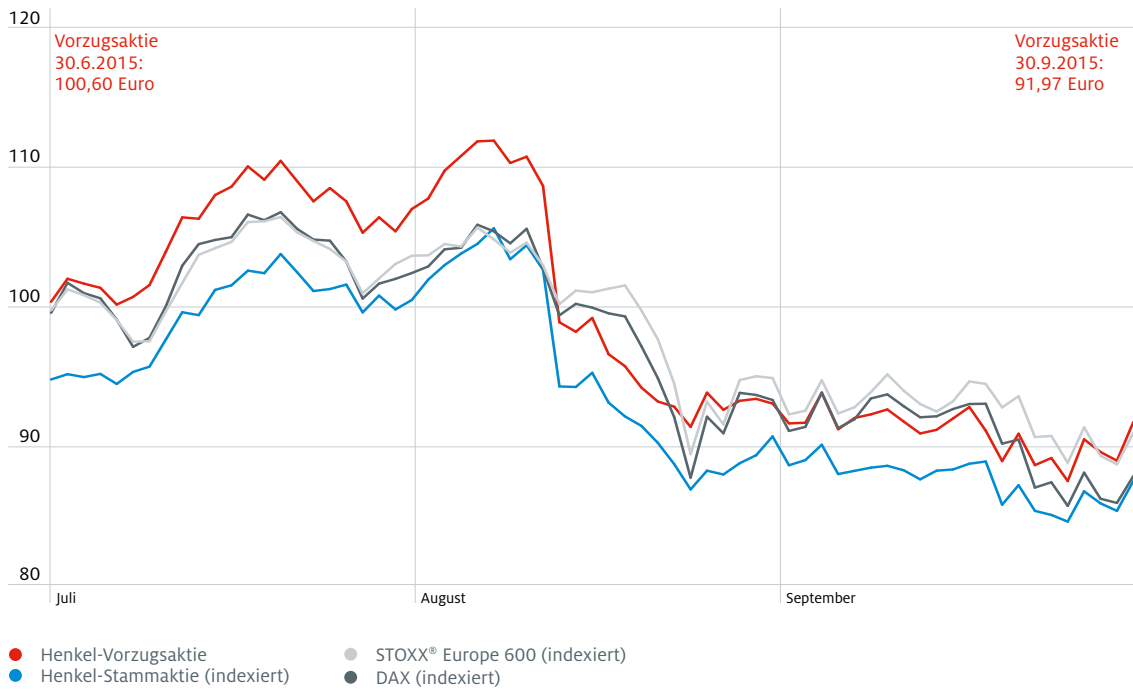
Kennzahlen zur Henkel-Aktie im dritten Quartal

in Euro	3. Q/2014	3. Q/2015
Ergebnis je Aktie		
Stammaktie	1,00	1,11
Vorzugsaktie	1,01	1,12
Börsenkurs Quartalsende¹		
Stammaktie	73,99	78,94
Vorzugsaktie	79,06	91,97
Höchster Börsenkurs¹		
Stammaktie	76,61	95,24
Vorzugsaktie	86,52	112,15
Niedrigster Börsenkurs¹		
Stammaktie	69,00	76,32
Vorzugsaktie	78,16	87,75
Marktkapitalisierung¹ in Mrd Euro		
Stammaktie in Mrd Euro	19,2	20,5
Vorzugsaktie in Mrd Euro	14,1	16,4

¹ Aktienschlusskurse Xetra-Handel.

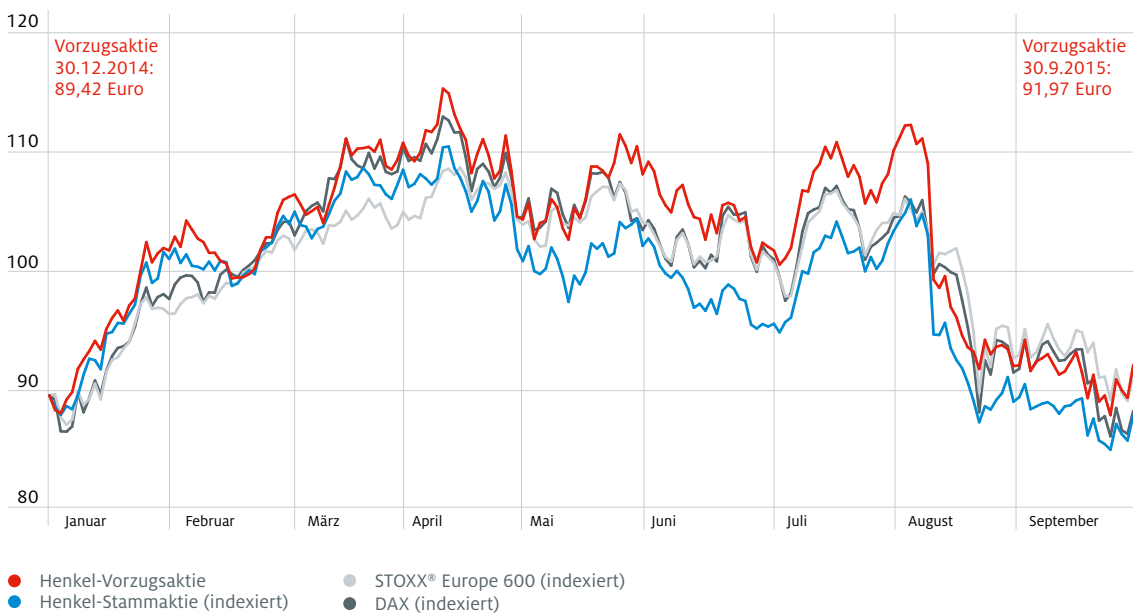
Entwicklung der Henkel-Aktien im Marktvergleich im dritten Quartal 2015

in Euro (Henkel-Vorzugsaktie)
alle anderen Werte indexiert



Entwicklung der Henkel-Aktien im Marktvergleich von Januar bis September 2015

in Euro (Henkel-Vorzugsaktie)
alle anderen Werte indexiert



Berichterstattung 3. Quartal 2015

Geschäftsverlauf im dritten Quartal 2015

Wichtige Kennzahlen¹

in Mio Euro	3. Q/2014	3. Q/2015	+/-
Umsatz	4.236	4.590	8,4%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	603	666	10,4%
Bereinigtes ² betriebliches Ergebnis (EBIT)	693	778	12,3%
Umsatzrendite (EBIT)	14,2%	14,5%	0,3 pp
Bereinigte ² Umsatzrendite (EBIT)	16,4%	16,9%	0,5 pp
Quartalsüberschuss – auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	440	484	10,0%
Bereinigter ² Quartalsüberschuss – auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	508	564	11,0%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,01	1,12	10,9%
Bereinigtes ² Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,17	1,30	11,1%

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 dritten Quartal 2015 erzielten wir einen deutlichen Umsatzanstieg von 8,4 Prozent auf 4.590 Mio Euro. Bereinigt um positive Wechselkurseffekte in Höhe von 2,3 Prozent verbesserte sich der Umsatz um 6,1 Prozent. Organisch – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – steigerten wir den Umsatz um 3,2 Prozent. Die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) verbesserten wir um 0,5 Prozentpunkte auf 16,9 Prozent. Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie stieg gegenüber dem Vorjahresquartal um 11,1 Prozent.

Umsatzveränderung¹

in Prozent	3. Q/2015
Veränderung zum Vorjahr	8,4
Wechselkurseffekte	2,3
Bereinigt um Wechselkurseffekte	6,1
Akquisitionen/Divestments	2,9
Organisch	3,2
Davon Preis	1,9
Davon Menge	1,3

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care zeigte eine starke organische Wachstumsrate von 5,5 Prozent, die sowohl preis- als auch volumengetrieben war. Das gute organische Umsatzwachstum des Unternehmensbereichs Beauty Care in Höhe von 2,1 Prozent wurde mehrheitlich durch Preissteigerungen erreicht. Der Unternehmensbereich Adhesive

Technologies verzeichnete ein gutes organisches Umsatzwachstum von 2,3 Prozent, das ebenfalls zum größten Teil durch Preissteigerungen getragen wurde.

Preis- und Mengeneffekte im dritten Quartal 2015

in Prozent	Organisches Umsatzwachstum	Davon Preis	Davon Menge
Laundry & Home Care	5,5	2,1	3,4
Beauty Care	2,1	1,6	0,5
Adhesive Technologies	2,3	2,0	0,3
Henkel-Konzern	3,2	1,9	1,3

Mit Bezug auf die Beschreibung des Umfangs unserer Geschäftstätigkeiten und unserer Wettbewerbspositionen im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 55 kam es im dritten Quartal 2015 zu keinen wesentlichen Veränderungen.

Um unsere Strukturen kontinuierlich an unsere Märkte und Kunden anzupassen, wandten wir für Restrukturierungen 78 Mio Euro auf (Vorjahresquartal: 47 Mio Euro). Der größere Teil hiervon wurde für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies aufgewandt. Zur Schaffung eines skalierbaren Geschäftsmodells bauen wir unter anderem unsere Shared Services aus und treiben die Zusammenführung unserer Supply-Chain- und Einkaufsaktivitäten in eine integrierte globale Supply-Chain-Organisation weiter voran. Darüber hinaus führen wir die Integration der im letzten und in diesem Jahr getätigten Akquisitionen fort.

Überleitung vom Umsatz zum bereinigten betrieblichen Ergebnis¹

in Mio Euro	3. Q./2014	%	3. Q./2015	%	Veränderung
Umsatzerlöse	4.236	100,0	4.590	100,0	8,4 %
Kosten der umgesetzten Leistungen	- 2.229	- 52,6	- 2.351	- 51,2	5,5 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.007	47,4	2.239	48,8	11,6 %
Marketing- und Vertriebsaufwendungen	- 1.034	- 24,4	- 1.136	- 24,8	9,9 %
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	- 103	- 2,4	- 114	- 2,5	10,7 %
Verwaltungsaufwendungen	- 183	- 4,3	- 212	- 4,6	15,8 %
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	6	0,1	1	0,0	-
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT)	693	16,4	778	16,9	12,3 %

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

Im Folgenden werden die um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen bereinigten betrieblichen Aufwands- und Ertragsposten bis zum betrieblichen Ergebnis kommentiert. Die Überleitungsrechnung sowie die Verteilung der Restrukturierungsaufwendungen auf die Kostenzeilen der Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung finden Sie auf Seite 28.

Die Kosten der umgesetzten Leistungen erhöhten sich gegenüber dem dritten Quartal 2014 um 5,5 Prozent auf 2.351 Mio Euro. Das Bruttoergebnis vom Umsatz erhöhte sich um 11,6 Prozent auf 2.239 Mio Euro. Durch selektive Preiserhöhungen, Einsparungen aus Kostensenkungsmaßnahmen sowie Effizienzverbesserungen in Produktion und Supply Chain ist es uns gelungen, die Bruttomarge um 1,4 Prozentpunkte auf 48,8 Prozent zu steigern. Auch leisteten leicht rückläufige Preise für direkte Materialien einen positiven Beitrag.

Die Marketing- und Vertriebsaufwendungen lagen mit 1.136 Mio Euro 9,9 Prozent über dem Vorjahresquartal, unter anderem aufgrund der getätigten Akquisitionen und aufgrund von Währungseinflüssen. Damit erhöhte sich der Anteil am Umsatz entsprechend um 0,4 Prozentpunkte auf 24,8 Prozent. Für Forschung und Entwicklung wandten wir insgesamt 114 Mio Euro auf und haben den Anteil am Umsatz mit 2,5 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal leicht gesteigert. Die Verwaltungsaufwendungen stiegen vor allem aufgrund der getätigten Akquisitionen und aufgrund von Währungseinflüssen im Vergleich zum Vorjahresquartal auf 212 Mio Euro. In Relation zum Umsatz lagen diese mit 4,6 Prozent über dem Niveau des dritten Quartals 2014.

Der Saldo aus Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen blieb mit 1 Mio Euro wie im Vorjahresquartal auf niedrigem Niveau.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 12,3 Prozent von 693 Mio Euro auf 778 Mio Euro. Wir haben die bereinigte Umsatzrendite des Konzerns von 16,4 Prozent auf 16,9 Prozent steigern können. Eine hervorragende Margenverbesserung zeigte der Unternehmensbereich Laundry & Home Care mit einer Steigerung von 1,4 Prozentpunkten auf 18,2 Prozent. Im Unternehmensbereich Beauty Care erzielten wir eine sehr starke Margenverbesserung von 15,2 Prozent auf 16,1 Prozent. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies konnte seine Umsatzrendite mit 18,1 Prozent um 0,3 Prozentpunkte gut steigern. Die Margensteigerung in allen Unternehmensbereichen konnten wir vor allem aufgrund des Umsatzwachstums in Kombination mit einer deutlich gesteigerten Bruttomarge erreichen.

Das Finanzergebnis blieb mit -11 Mio Euro im Vergleich zum Vorjahresquartal stabil. Die Steuerquote betrug 24,6 Prozent (bereinigt: 24,9 Prozent).

Der Quartalsüberschuss erhöhte sich um 9,8 Prozent von 450 Mio Euro auf 494 Mio Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 10 Mio Euro lag der Quartalsüberschuss bei 484 Mio Euro (im dritten Quartal 2014: 440 Mio Euro). Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 564 Mio Euro gegenüber 508 Mio Euro im Vorjahresquartal. Das Ergebnis je Vorzugsaktie stieg von 1,01 Euro auf 1,12 Euro. Bereinigt erhöhte es sich von 1,17 Euro im dritten Quartal 2014 auf 1,30 Euro im dritten Quartal 2015.

Regionale Entwicklung

Eckdaten nach Regionen¹ im dritten Quartal 2015

in Mio Euro	West-europa	Ost-europa	Afrika/ Nahost	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/ Pazifik	Corporate ²	Konzern
Umsatz Juli – September 2015	1.508	733	320	940	280	777	33	4.590
Umsatz Juli – September 2014	1.423	792	279	755	266	691	30	4.236
Veränderung gegenüber Vorjahr	6,0%	-7,5%	14,4%	24,5%	5,1%	12,4%	-	8,4%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	5,0%	9,3%	5,9%	5,7%	13,2%	2,1%	-	6,1%
Organisch	-1,3%	9,7%	5,9%	3,2%	10,9%	0,8%	-	3,2%
Anteil am Konzernumsatz								
Juli – September 2015	33%	16%	7%	20%	6%	17%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz	34%	19%	6%	18%	6%	16%	1%	100%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)								
Juli – September 2015	289	109	22	161	35	105	-54	666
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	261	122	27	104	22	87	-20	603
Veränderung gegenüber Vorjahr	10,7%	-10,8%	-21,0%	55,0%	60,8%	19,7%	-	10,4%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	10,4%	10,4%	-27,7%	25,5%	73,2%	2,8%	-	6,3%
Umsatzrendite (EBIT)								
Juli – September 2015	19,2%	14,8%	6,8%	17,2%	12,4%	13,5%	-	14,5%
Umsatzrendite (EBIT)	18,3%	15,4%	9,8%	13,8%	8,1%	12,6%	-	14,2%

¹ Berechnet 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.

Im Folgenden kommentieren wir die Ergebnisse im dritten Quartal 2015:

In einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld blieb unser Umsatz in der Region **Westeuropa** organisch um 1,3 Prozent unter dem Wert des Vorjahresquartals. Die Entwicklung in der Region war uneinheitlich. Während unsere Geschäfte in Großbritannien, Frankreich und Südeuropa ihren Umsatz organisch steigern konnten, blieb der Umsatz in Deutschland unter dem Niveau des Vorjahresquartals.

Das betriebliche Ergebnis der Region erhöhte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 10,4 Prozent. Die Umsatzrendite der Region stieg um 0,9 Prozentpunkte auf 19,2 Prozent.

In der Region **Osteuropa** steigerten wir in einem schwierigen Marktumfeld den Umsatz organisch um 9,7 Prozent. Hierzu trug vor allem die Geschäftsentwicklung in Russland und der Türkei bei.

Das betriebliche Ergebnis der Region erhöhte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 10,4 Prozent. Die Umsatzrendite der Region sank um 0,6 Prozentpunkte auf 14,8 Prozent.

In der Region **Afrika/Nahost** war unser Wachstum durch die politischen Unruhen in einigen Ländern beeinflusst, jedoch erzielten wir im dritten Quartal 2015 mit 5,9 Prozent ein starkes organisches Umsatzwachstum.

Das betriebliche Ergebnis der Region reduzierte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 27,7 Prozent. Die Umsatzrendite lag mit 6,8 Prozent unter der des Vorjahresquartals.

Eckdaten nach Regionen¹ im Dreivierteljahr 2015

in Mio Euro	West-europa	Ost-europa	Afrika / Nahost	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien / Pazifik	Corporate ²	Konzern
Umsatz Januar – September 2015	4.604	2.065	1.011	2.759	846	2.334	97	13.715
Umsatz Januar – September 2014	4.322	2.201	844	2.128	766	1.945	96	12.302
Veränderung gegenüber Vorjahr	6,5%	-6,2%	19,9%	29,6%	10,4%	20,0%	-	11,5%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	5,5%	7,3%	7,5%	7,6%	9,7%	4,5%	-	6,4%
Organisch	-0,5%	7,4%	7,5%	2,0%	8,3%	3,3%	-	3,1%
Anteil am Konzernumsatz Januar – September 2015	34%	15%	7%	20%	6%	17%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz Januar – September 2014	35%	18%	7%	17%	6%	16%	1%	100%
Betriebliches Ergebnis (EBIT) Januar – September 2015	925	294	104	400	87	322	-105	2.029
Betriebliches Ergebnis (EBIT) Januar – September 2014	866	304	99	328	63	245	-104	1.800
Veränderung gegenüber Vorjahr	6,8%	-3,2%	4,8%	22,2%	38,7%	31,8%	-	12,7%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	5,2%	14,8%	-9,0%	-2,5%	34,7%	7,8%	-	6,4%
Umsatzrendite (EBIT) Januar – September 2015	20,1%	14,2%	10,3%	14,5%	10,3%	13,8%	-	14,8%
Umsatzrendite (EBIT) Januar – September 2014	20,0%	13,8%	11,8%	15,4%	8,2%	12,6%	-	14,6%

¹ Berechnet 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.

Der Umsatz in der Region **Nordamerika** erhöhte sich organisch um 3,2 Prozent. Hierzu trugen alle drei Unternehmensbereiche bei.

Wir konnten das betriebliche Ergebnis der Region – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 25,5 Prozent steigern. Die Umsatzrendite der Region lag mit 17,2 Prozent 3,4 Prozentpunkte über dem Wert des Vorjahresquartals.

Den Umsatz in der Region **Lateinamerika** steigerten wir organisch zweistellig um 10,9 Prozent. Während sich der Umsatz in Brasilien aufgrund der schwachen wirtschaftlichen Entwicklung organisch nur leicht erhöhte, konnten unsere Geschäfte in Mexiko zweistellig zulegen.

Das betriebliche Ergebnis erhöhte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 73,2 Prozent. Die Umsatzrendite der Region stieg um 4,3 Prozentpunkte auf 12,4 Prozent.

Der Umsatz der Region **Asien/Pazifik** wuchs organisch um 0,8 Prozent. Während die reifen Märkte der Region ein gutes Wachstum aufwiesen, konnte der Umsatz in den Wachstumsmärkten der Region auf-

grund der nachlassenden Wachstumsdynamik in China nur leicht zulegen.

Das betriebliche Ergebnis konnten wir – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 2,8 Prozent steigern. Die Umsatzrendite erhöhte sich gegenüber dem Vorjahresquartal um 0,9 Prozentpunkte auf 13,5 Prozent.

Besondere Impulse für unser Umsatzwachstum kamen wiederum aus den **Wachstumsregionen** Ost-europa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan). Deren Umsatz konnten wir um 4,2 Prozent auf 1.994 Mio Euro steigern. Der Anteil der Wachstumsregionen am Konzernumsatz reduzierte sich im Vergleich zum dritten Quartal 2014 auf 43 Prozent. Getrieben von allen Unternehmensbereichen trug der organische Umsatz der Wachstumsregionen mit 6,5 Prozent erneut überdurchschnittlich zum organischen Konzernwachstum bei.

Laundry & Home Care

Wichtige Kennzahlen¹

in Mio Euro	3. Q/2014	3. Q/2015	+/-	1-9/2014	1-9/2015	+/-
Umsatz	1.188	1.314	10,6%	3.474	3.926	13,0%
Anteil am Konzernumsatz	28%	29%	-	28%	29%	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	171	211	23,0%	527	600	13,8%
Bereinigtes ² betriebliches Ergebnis (EBIT)	200	239	19,3%	580	685	18,2%
Umsatzrendite (EBIT)	14,4%	16,0%	1,6 pp	15,2%	15,3%	0,1 pp
Bereinigte ² Umsatzrendite (EBIT)	16,8%	18,2%	1,4 pp	16,7%	17,5%	0,8 pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	28,0%	24,9%	-3,1 pp	29,7%	22,2%	-7,5 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	3. Q/2015	1-9/2015
Veränderung zum Vorjahr	10,6	13,0
Wechselkurseffekte	-0,8	1,6
Bereinigt um Wechselkurseffekte	11,4	11,4
Akquisitionen/Divestments	5,9	6,4
Organisch	5,5	5,0
Davon Preis	2,1	1,7
Davon Menge	3,4	3,3

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** erreichte im dritten Quartal ein starkes organisches Umsatzwachstum. Das bereinigte betriebliche Ergebnis konnten wir zweistellig steigern. Gleichzeitig verzeichnete die bereinigte Umsatzrendite einen hervorragenden Anstieg und erreichte einen neuen Höchstwert von 18,2 Prozent. Damit konnten wir

unseren profitablen Wachstumskurs auch im dritten Quartal 2015 erfolgreich fortsetzen.

Im Folgenden kommentieren wir die organische Umsatzentwicklung:

Organisch – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – konnten wir den Umsatz gegenüber dem dritten Quartal des Vorjahres um 5,5 Prozent steigern. Dieses Wachstum lag erneut über dem unserer relevanten Märkte, so dass wir unsere Marktanteile weiter ausbauen konnten.

Haupttreiber für das starke organische Umsatzwachstum waren unsere Wachstumsmärkte. Sowohl die Region Osteuropa als auch die Region Asien (ohne Japan) trugen mit einem zweistelligen Wachstum dazu bei. Auch die Region Lateinamerika konnte den Umsatz sehr stark steigern. Die Region Afrika/Nahost war gekennzeichnet durch ein schwieriges

Innovation



Perwoll Care & Repair

Perwoll Care & Repair ist das erste Perwoll-Waschmittel mit Reparatur-Effekt, das Fusseln und Knötchen von beanspruchter Kleidung um bis zu 80 Prozent sichtbar reduziert und somit ein relevantes Verbraucherbedürfnis anspricht. Darüber hinaus beugt die pflegende Formel mit Repairzyme® effektiv neuer Fussel- und Knötchenbildung auf den Fasern vor. Perwoll Care & Repair wird in West- und Osteuropa sowie in Zentralamerika eingeführt. www.perwoll.de

Weitere Informationen zu den Produktneuheiten des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care finden Sie im Internet: www.henkel.de/marken-und-unternehmensbereiche

Marktumfeld und erreichte trotz der herausfordernden Rahmenbedingungen ein starkes Wachstum.

Die reifen Märkte verzeichneten ein positives Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahresquartal. Die positive Entwicklung ist gestützt auf die Region Nordamerika. Hier erreichten wir in einem wettbewerbsintensiven Umfeld eine gute Umsatzentwicklung. Der Umsatz in der Region Westeuropa lag auf dem Niveau des dritten Quartals 2014.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) konnten wir im Vergleich zum Vorjahresquartal deutlich um 19,3 Prozent auf 239 Mio Euro steigern. Bei der bereinigten Umsatzrendite verzeichneten wir im Vergleich zum dritten Quartal 2014 einen hervorragenden Anstieg um 1,4 Prozentpunkte auf 18,2 Prozent. Durch fortgesetzte Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung in Produktion und Supply Chain ist es uns gelungen, die Bruttomarge zu erhöhen. Darüber hinaus wirkten sich leicht rückläufige Preise für direkte Materialien positiv aus. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) lag mit 24,9 Prozent unter dem Niveau des Vorjahresquartals, vor allem beeinflusst durch den Kapitaleffekt der Akquisitionen im Jahr 2014. Das Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz lag mit -4,1 Prozent weiterhin auf einem niedrigen Niveau. Durch die im Jahr 2014 getätigten Akquisitionen lag dieser Wert jedoch über dem des Vorjahresquartals.

Zahlreiche Innovationen stärkten unsere Geschäftsfelder:

Im Geschäftsfeld *Waschmittel* (Laundry Care) erzielten wir im dritten Quartal ein gutes organisches Wachstum. Unsere Universalwaschmittel haben wesentlich zu dieser guten Entwicklung beigetragen. Wachstumstreiber war vor allem unsere Top-Marke Persil. Unsere Weichspüler verzeichneten ebenfalls ein starkes Wachstum.

Im Bereich *Feinwaschmittel* haben wir die unbestrittene Marktführerschaft der Marke Perwoll weiter gestärkt und das innovative Flüssigwaschmittel Perwoll Care & Repair im Markt eingeführt. Perwoll Care & Repair ist das erste Repair-Waschmittel von Perwoll, das Fusseln und Knötchen von beanspruchter Kleidung um bis zu 80 Prozent sichtbar reduziert. Darüber hinaus beugt die pflegende Formel mit Repairzyme® effektiv neuer Fussel- und Knötchenbildung auf den Fasern vor. Das neue Perwoll Care & Repair wird in West- und Osteuropa sowie Zentralamerika eingeführt.

In der Region Afrika/Nahost haben wir im wachsenden Markt der Flüssigwaschmittel unter der Marke Persil eine Variante mit dem Duft von Lavendel eingeführt.

Das Geschäftsfeld *Reinigungsmittel* (Home Care) verzeichnete im dritten Quartal ein sehr starkes organisches Wachstum. Zu den Wachstumstreibern gehörten erneut unsere WC-Produkte sowie unsere Handgeschirrspülmittel.

Den Bereich WC-Produkte haben wir durch die internationale Einführung des neuen Bref Duo-Aktiv gestärkt. Bref Duo-Aktiv enthält nun eine verbesserte Formel sowie ein neues Zweikammer-Design. Die neue Doppelkammer-Technologie bietet die optimale Kombination aus einem flüssigen WC-Reiniger und einem Duftspüler für doppelte Hygiene-Kraft.

Auch den Bereich Geschirrspülmittel stärkten wir durch Innovationen. Im wachsenden Markt der Maschinengeschirrspülmittel macht eine verbesserte Formel das Somat Gold Gel zum besten Gel-Produkt auf dem Markt. Die einzigartige Zweiphasenformel in der Zweikammerflasche entfernt hartnäckiges Fett von jedem Geschirr. Dabei schützt das neue Somat Gold Gel besonders den Filter der Geschirrspülmaschine vor Fettaufbau.

Im Bereich Handgeschirrspülmittel haben wir im Wachstumsmarkt Osteuropa unter der Marke Pur die neue Variante Pur Gold Care eingeführt. Die innovative Formel wirkt besonders gegen Gerüche. Die bewährte Pur Fettlösekraft entfernt selbst eingetrocknete Speiserückstände ohne langwieriges Einweichen mühelos.

Top-Marken

Persil

Purex



Beauty Care

Wichtige Kennzahlen¹

in Mio Euro	3. Q/2014	3. Q/2015	+/-	1-9/2014	1-9/2015	+/-
Umsatz	918	964	5,0%	2.671	2.910	9,0%
Anteil am Konzernumsatz	22%	21%	-	22%	21%	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	98	142	45,2%	346	433	25,2%
Bereinigtes ² betriebliches Ergebnis (EBIT)	140	155	10,7%	419	471	12,3%
Umsatzrendite (EBIT)	10,6%	14,7%	4,1 pp	13,0%	14,9%	1,9 pp
Bereinigte ² Umsatzrendite (EBIT)	15,2%	16,1%	0,9 pp	15,7%	16,2%	0,5 pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	15,7%	20,2%	4,5 pp	19,3%	21,2%	1,9 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	3. Q/2015	1-9/2015
Veränderung zum Vorjahr	5,0	9,0
Wechselkurseffekte	2,4	4,4
Bereinigt um Wechselkurseffekte	2,6	4,6
Akquisitionen/ Divestments	0,5	2,6
Organisch	2,1	2,0
Davon Preis	1,6	1,8
Davon Menge	0,5	0,2

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Der Unternehmensbereich **Beauty Care** erzielte im dritten Quartal ein gutes organisches Umsatzwachstum. Das bereinigte betriebliche Ergebnis konnten wir zweistellig steigern. Gleichzeitig verzeichnete die bereinigte Umsatzrendite einen sehr starken Anstieg auf 16,1 Prozent. Unseren langjährigen profitablen Wachstumskurs konnten wir somit erfolgreich fortsetzen.

Im Folgenden kommentieren wir die organische Umsatzentwicklung:

Organisch – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – konnten wir den Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 2,1 Prozent steigern. Damit entwickelten wir uns abermals besser als unsere relevanten Märkte und konnten unsere Marktanteile weiter steigern.

Aus regionaler Sicht entwickelte sich unser Geschäft in den Wachstumsmärkten mit einer sehr starken Wachstumsrate weiterhin sehr erfolgreich. In Lateinamerika steigerten wir den Umsatz erneut im zweistelligen Bereich; auch in der Region Osteuropa entwickelte sich der Umsatz sehr stark. Die Region Asien (ohne Japan) zeigte eine starke Umsatzentwicklung, vor allem getrieben durch das zweistellige Wachstum in China. Ein gutes Umsatzwachstum konnten wir in der Region Afrika/Nahost erzielen.

Innovation



Schwarzkopf Men

Die globale Mega-Marke Schwarzkopf erweitert ihr Portfolio mit Schwarzkopf Men. Die neuen Shampoos sind maßgeschneidert auf die besonderen Haarbedürfnisse von Männern. Neben einem variantenspezifischen Inhaltsstoff enthält jede einzelne Hochleistungsformel den innovativen „3-fach-Effekt“, der gleichzeitig auf Haar, Wurzel und Kopfhaut wirkt. Speziell für Männer entwickelt – für 100 Prozent Leistung.

www.schwarzkopfmen.de

Weitere Informationen zu den Produktneuheiten des Unternehmensbereichs Beauty Care finden Sie im Internet: www.henkel.de/marken-und-unternehmensbereiche

Die reifen Märkte sind weiterhin geprägt von einem intensiven Verdrängungswettbewerb und starkem Preisdruck. So blieb der Umsatz in den reifen Märkten insgesamt aufgrund der Entwicklung in Westeuropa und in den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik leicht unter dem Wert des Vorjahresquartals. Die Region Nordamerika steigerte in einem herausfordernden Wettbewerbsumfeld den Umsatz und verzeichnete ein starkes Wachstum gegenüber dem dritten Quartal 2014.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis steigerten wir abermals deutlich auf 155 Mio Euro. Die bereinigte Umsatzrendite erreichte 16,1 Prozent. Durch fortgesetzte Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung in Produktion und Supply Chain ist es uns gelungen, die Auswirkungen des intensiven Promotions- und Preiswettbewerbs auf die Bruttomarge zu kompensieren und die Bruttomarge zu erhöhen. Darüber hinaus wirkten sich leicht rückläufige Preise für direkte Materialien positiv aus. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) lag getrieben vom betrieblichen Ergebnis mit 20,2 Prozent über dem Niveau des Vorjahresquartals. Das Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz senkten wir im dritten Quartal unter das Niveau des Vorjahresquartals. Es lag mit 3,6 Prozent erneut auf einem niedrigen Stand.

Zahlreiche Innovationen stärkten unsere Geschäftsfelder:

Unser *Markenartikelgeschäft* erzielte im dritten Quartal eine gute Umsatzentwicklung. Diese wurde unterstützt durch erfolgreiche Innovationen, mit denen wir unsere Marktpositionen weiter ausbauen konnten.

In dem strategisch wichtigen Bereich Haarcolorationen setzte Schwarzkopf starke Umsatzimpulse. Mit Palette Perfect Care Color, unserer ersten Pflegecoloration ohne Ammoniak mit einzigartiger Multi-Schicht-Technologie, werden speziell Colorationseinsteiger angesprochen. Die Marken Diadem und Palette Deluxe sind mit Seiden-Öl-Komplex beziehungsweise wertvollem Gold-Elixier nun noch pflegender. Unsere Marke Freshlight bedient mit den innovativen Hair Blush-Produkten gezielt den neuen Trend der Haarkreide im asiatischen Markt.

Der Bereich Haarpflege profitierte von der gleichzeitigen Einführung von Schwarzkopf Men in Deutschland, Russland und China. Die neue Marke deckt mit insgesamt fünf Varianten alle Männer-spezifischen

Haarbedürfnisse ab. Auch die Innovation Schauma Spiegelglanz 24 Stunden mit verflüssigten Mikro-Kristallen trug zur guten Geschäftsentwicklung bei.

Im Bereich Haarstyling stärkte Taft seine führende Rolle weiter und brachte die neuen Power-Sprays für bewährten Taft-Halt und massive Haarstyles mit sichtbar voller aussehendem Haar auf den Markt. Innovative Impulse konnten wir durch die Markteinführung des 10-in-1-Styling-Alleskönners Got2b Allstar setzen. Die einzigartige Rezeptur mit haltgebenden Polymeren kombiniert dabei Pflege mit Styling.

Im Bereich Körperpflege konnten wir unsere Marktposition erneut ausbauen. Die unter der Marke Fa eingeführten Duschgel- und Deodorant-Varianten Fa Men Dark Passion bieten sinnliche Frische und den aufregenden Duft von Sandelholz. Ebenfalls eingeführt wurde die zeitlich limitierte Serie Fa Fruit Me Up. Die Entwicklung des Geschäfts in Nordamerika wurde mit dem Duschgel Dial Miracle Oil gestärkt. Angereichert mit Marula- und Kokos-Öl verleiht es der Haut ein sauberes und geschmeidiges Gefühl.

Im Bereich Hautpflege haben wir unsere Kernmarke Diadermine um zwei Linien erweitert: Lift+ Hydration ist eine neue Generation einer Anti-Falten-Feuchtigkeitsschere, Lift+ Sofort Retuschierer sorgt für einen Straff-Effekt und ein gleichmäßiges Hautbild – in nur fünf Sekunden.

Die Entwicklung des Bereichs Mundpflege wurde mit der neuen Theramed Junior-Linie vorangetrieben. Mit Calcium und Fluorid Plus bietet sie einen perfekten Kariesschutz für Kinder.

Unser *Friseurgeschäft* zeigte im dritten Quartal 2015 ein positives Umsatzwachstum trotz eines weiterhin negativen Marktumfelds. Neue, starke Wachstumsimpulse setzten wir mit unseren Innovationen in den professionellen Haarfarb- und Haarpflegebereichen. Schwarzkopf Professional setzte im Bereich Haarpflege mit dem neuen BC Bonacure Color Freeze neue Maßstäbe in Bezug auf Farbschutz: Die erste farbeinschließende Haartherapie für Null-Verblässen versiegelt nicht nur die Haaroberfläche, sondern versetzt das Haar zusätzlich in den optimalen pH-Wert zurück, um die Struktur zu verstärken und so die Farbpigmente tief im Haarinneren einzuschließen. Das neue Fibreplex bietet Friseuren ein Premium-System zur Stärkung der Haarstruktur an, mit dem Haarschäden während des Blondierens, Aufhellens und Färbens signifikant verringert werden.

Top-Marken


Schwarzkopf


Dial


syoss

Adhesive Technologies

Wichtige Kennzahlen¹

in Mio Euro	3. Q/2014	3. Q/2015	+/-	1-9/2014	1-9/2015	+/-
Umsatz	2.100	2.279	8,5%	6.062	6.783	11,9%
Anteil am Konzernumsatz	49%	49%	-	49%	49%	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	354	367	3,7%	1.031	1.100	6,7%
Bereinigtes ² betriebliches Ergebnis (EBIT)	373	412	10,3%	1.055	1.163	10,3%
Umsatzrendite (EBIT)	16,9%	16,1%	-0,8 pp	17,0%	16,2%	-0,8 pp
Bereinigte ² Umsatzrendite (EBIT)	17,8%	18,1%	0,3 pp	17,4%	17,2%	-0,2 pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	20,7%	18,5%	-2,2 pp	20,6%	18,4%	-2,2 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	3. Q/2015	1-9/2015
Veränderung zum Vorjahr	8,5	11,9
Wechselkurseffekte	4,0	7,5
Bereinigt um Wechselkurseffekte	4,5	4,4
Akquisitionen/Divestments	2,2	2,0
Organisch	2,3	2,4
Davon Preis	2,0	1,6
Davon Menge	0,3	0,8

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erzielte im dritten Quartal ein gutes organisches Umsatzwachstum. Das bereinigte betriebliche Ergebnis stieg zweistellig und erreichte erstmalig 412 Mio Euro. Gleichzeitig verzeichnete die bereinigte Umsatzrendite eine gute Entwicklung und

erzielte mit 18,1 Prozent ebenfalls einen neuen Höchstwert.

Im Folgenden kommentieren wir die organische Umsatzentwicklung:

Organisch – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – konnten wir den Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 2,3 Prozent steigern. Dieser Anstieg ergab sich zum größten Teil aus Preissteigerungen.

Aus regionaler Sicht entwickelten sich unsere Geschäfte in den Wachstumsmärkten mit einer guten Wachstumsrate weiterhin erfolgreich. Die Region Lateinamerika erzielte dabei ein zweistelliges Umsatzwachstum. Auch unsere Geschäfte in den Regionen Osteuropa und Afrika/Nahost zeigten – trotz der schwierigen politischen Lage in einigen

Innovation



Loctite 60sec Universalkleber

Loctite 60sec ist der erste Universalkleber von Loctite, der viele Haushaltsreparaturen in nur 60 Sekunden ermöglicht. Das ultradicke Gel härtet deutlich schneller und stärker als Standard-Alleskleber und lässt sich dabei nach dem Auftragen noch problemlos korrigieren. Loctite 60sec Universalkleber eignet sich für eine Vielzahl von Anwendungen auf unterschiedlichsten Materialien – ohne Fixieren, ohne Warten. In Deutschland wird das Produkt unter der Marke Pattex vertrieben. www.pattex.de

Ländern – ein starkes Umsatzwachstum. In Asien (ohne Japan) lag der Umsatz insbesondere aufgrund des abgeschwächten Wirtschaftswachstums in China unter dem Niveau des Vorjahresquartals.

In den reifen Märkten entwickelte sich unser Umsatz insgesamt positiv. Die Geschäfte in den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik erzielten ein starkes Umsatzwachstum. Die Umsätze in Nordamerika entwickelten sich positiv. In der Region Westeuropa blieb der Umsatz leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) konnten wir zweistellig auf 412 Mio Euro steigern. Die bereinigte Umsatzrendite entwickelte sich gut und lag mit 18,1 Prozent über dem hohen Niveau des Vorjahresquartals. Durch fortgesetzte Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung in Produktion und Supply Chain ist es uns gelungen, die Bruttomarge zu erhöhen. Darüber hinaus wirkten sich leicht rückläufige Preise für direkte Materialien positiv aus. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) erreichte 18,5 Prozent und lag unter anderem akquisitionsbedingt unter dem Wert des dritten Quartals 2014. Das Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz erreichte mit 13,2 Prozent weiterhin ein niedriges Niveau, lag jedoch unter anderem akquisitionsbedingt über dem des Vorjahresquartals.

Im Geschäftsfeld *Verpackungs- und Konsumgüterklebstoffe* verzeichneten wir eine positive Umsatzentwicklung. Unsere Geschäfte mit Klebstoffen für flexible Verpackungen leisteten hierzu einen wichtigen Beitrag. Mit einer neu entwickelten Serie von wasserbasierten Klebstoffen der Marke Aquence bieten wir Kunden aus der Nahrungsmittelindustrie migrationsarme Lösungen für Faltkartons, Verschlussbeutel und Wellpappe. Damit bauen wir unsere führende Position im Bereich Lebensmittelsicherheit insbesondere in Europa kontinuierlich aus.

Das Geschäftsfeld *Transport und Metall* zeigte eine gute Umsatzentwicklung. Wichtige Wachstumsimpulse resultierten dabei erneut aus unseren Akustiklösungen und Strukturklebstoffen für die Automobilindustrie. Unseren Kunden in der Metall verarbeitenden Industrie bieten wir unter der Marke Bonderite ein neues Zweikomponentensystem aus Reiniger und Schmierstoff an, bei dem das Reinigungsbad im Kühlschmierstoffbad recycelt werden kann. Dieser duale Prozess ermöglicht deutliche Effizienz- und Kostenvorteile und ist zudem umweltverträglicher.

Das Geschäftsfeld *Allgemeine Industrie* verzeichnete ebenfalls eine gute Umsatzentwicklung, die unter anderem durch den Bereich Fahrzeugreparatur und Instandhaltung getrieben wurde. Mit einer neuen Klebstofftechnologie der Marke Loctite bieten wir Lösungen für hochflexible medizinische Geräte wie Sonden oder Katheter. Die Produkte entsprechen den sehr hohen gesetzlichen Vorschriften dieses Industriesektors und kommen bei unterschiedlichen Materialien wie Kunststoff, Metall oder Gummi zum Einsatz.

Im Geschäftsfeld *Elektronik* blieb der Umsatz insgesamt leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Während der Bereich Industrieelektronik nicht das Niveau des Vorjahresquartals erreichen konnte, steigerten wir unsere Umsätze mit wärmeableitenden Produkten für die Elektronikindustrie und mit Herstellern von Unterhaltungselektronik. Neue Impulse setzte die innovative Lötpaste von Loctite, deren Eigenschaften bei Raumtemperatur über lange Zeit stabil bleiben. Sie wurde seit Einführung im ersten Quartal 2015 vom Markt gut aufgenommen.

Das Geschäftsfeld *Klebstoffe für Konsumenten, Handwerk und Bau* erzielte das höchste Umsatzwachstum aller Geschäftsfelder des Unternehmensbereichs und zeigte im Vergleich zum dritten Quartal 2014 eine gute Umsatzentwicklung. Wachstumstreiber waren insbesondere unsere Geschäfte mit Produkten für die Bauindustrie. Unter der Marke Loctite führten wir weltweit einen neuartigen Universalkleber für den Bereich Haushalt und Reparatur ein, der erstmals viele Materialien in nur 60 Sekunden verklebt, dabei nach dem Auftragen aber noch korrigierbar ist.

Durch eine Kooperation mit dem Start-up-Unternehmen DropWise Technologies Corp. mit Sitz in Cambridge, Massachusetts, USA, das ein neuartiges Verfahren zur Herstellung wasserabweisender Beschichtungen entwickelt hat, werden wir unsere Innovationskompetenz im Bereich Oberflächentechnik weiter ausbauen. Mit dieser Technologie wollen wir insbesondere die Effizienz in der industriellen Wärmeerzeugung weiter erhöhen.

Top-Marken

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE

Finanzbericht Januar bis September 2015

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Beschreibung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen beruht auf Angaben von IHS Global Insight.

Die Weltwirtschaft ist in den ersten neun Monaten 2015 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um etwa 2,5 Prozent gewachsen. Die Industrieproduktion schwächte sich etwas ab und legte im selben Zeitraum um etwa 2 Prozent zu. Der private Konsum entwickelte sich mit einem Plus von etwa 2,5 Prozent moderat.

Die reifen Märkte zeigten ein robustes wirtschaftliches Wachstum. Dabei wuchs die nordamerikanische Wirtschaft in den ersten neun Monaten 2015 um 2,5 Prozent. Sowohl die deutsche als auch die westeuropäische Wirtschaft wuchsen moderat um rund 2 Prozent.

Die Wirtschaftsleistung in der Region Asien (ohne Japan) verlangsamte sich weiter und erzielte in den ersten neun Monaten 2015 ein Wachstum von 5,5 Prozent. Sowohl in Lateinamerika als auch in Osteuropa stagnierte die Wirtschaft in den ersten neun Monaten dieses Jahres.

Zum US-Dollar wertete der Euro in den ersten neun Monaten 2015 gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 1,35 auf 1,11 US-Dollar ab. Weltweit sind die Verbraucherpreise um etwa 2 Prozent gestiegen. Die weltweite Arbeitslosenquote lag bei etwa 7 Prozent.

Für Henkel wichtige Branchen

Der Anstieg der privaten Konsumausgaben blieb in den ersten neun Monaten 2015 mit etwa 2,5 Prozent moderat. Die Verbraucher in Nordamerika steigerten

ihre Ausgaben im Vergleich zu den ersten neun Monaten 2014 um etwa 3 Prozent. In Westeuropa wuchsen die Konsumausgaben um 2 Prozent. Die Konsumfreude in den Wachstumsmärkten schwächte sich weiter ab und zeigte ein Plus von rund 3 Prozent in den ersten neun Monaten.

Die Industrieproduktion lag in den ersten neun Monaten des Jahres 2015 mit etwa 2 Prozent unter dem Niveau des gesamtwirtschaftlichen Wachstums. Das Produktionswachstum im Metall- und Transportsektor lag in den ersten neun Monaten 2015 bei rund 2 Prozent. Die Elektronik- und Automobilbranche steigerte ihre Produktion um rund 3 Prozent. Verhalten war die Entwicklung in konsumnahen Branchen wie der globalen Verpackungsindustrie, die eine moderate Steigerung von etwa 1 Prozent zeigte.

Die weltweite Bauproduktion wuchs in den ersten neun Monaten dieses Jahres um 2 Prozent.

Auswirkungen auf Henkel

Im Umfeld eines moderaten privaten Konsumklimas ist es uns gelungen, den Umsatz unserer Konsumentengeschäfte organisch zu erhöhen. Das organische Umsatzwachstum des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies lag in den Monaten Januar bis September 2015 mit 2,4 Prozent über dem Wachstum der Industrieproduktion.

Unsere Bruttomarge konnten wir im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich steigern. Hierzu trugen leicht rückläufige Preise für Rohstoffe, Verpackungen, bezogene Waren und Leistungen ebenso bei wie Einsparungen aus Kostensenkungsmaßnahmen und Effizienzverbesserungen in Produktion und Supply Chain.

Geschäftsverlauf Januar bis September 2015

Wichtige Kennzahlen¹

in Mio Euro	1-9/2014	1-9/2015	+/-
Umsatz	12.302	13.715	11,5%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	1.800	2.029	12,7%
Bereinigtes ² betriebliches Ergebnis (EBIT)	1.986	2.253	13,4%
Umsatzrendite (EBIT)	14,6%	14,8%	0,2 pp
Bereinigte ² Umsatzrendite (EBIT)	16,1%	16,4%	0,3 pp
Dreivierteljahresüberschuss – auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	1.330	1.475	10,9%
Bereinigter ² Dreivierteljahresüberschuss – auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	1.459	1.632	11,9%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	3,07	3,41	11,1%
Bereinigtes ² Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	3,37	3,77	11,9%

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

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 steigerten wir den Umsatz deutlich um 11,5 Prozent auf 13.715 Mio Euro. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 6,4 Prozent. Die organische Umsatzentwicklung – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – zeigte mit plus 3,1 Prozent eine gute Steigerungsrate im Vergleich zu den ersten neun Monaten 2014.

Umsatzveränderung¹

in Prozent	1-9/2015
Veränderung zum Vorjahr	11,5
Wechselkurseffekte	5,1
Bereinigt um Wechselkurseffekte	6,4
Akquisitionen/Divestments	3,3
Organisch	3,1
Davon Preis	1,7
Davon Menge	1,4

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Zu dieser Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei: Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care zeigte eine starke organische Wachstumsrate von 5,0 Prozent, basierend auf Preis- und Volumensteigerungen. Der Unternehmensbereich Beauty Care steigerte den Umsatz organisch um 2,0 Prozent, hauptsächlich getrieben durch Preissteigerungen. Organisch erhöhte der Unternehmens-

bereich Adhesive Technologies seinen Umsatz um 2,4 Prozent. Dieses Wachstum konnte mehrheitlich durch Preissteigerungen erzielt werden.

Preis- und Mengeneffekte im Dreivierteljahr 2015

in Prozent	Organisches Umsatzwachstum	Davon Preis	Davon Menge
Laundry & Home Care	5,0	1,7	3,3
Beauty Care	2,0	1,8	0,2
Adhesive Technologies	2,4	1,6	0,8
Henkel-Konzern	3,1	1,7	1,4

In den ersten neun Monaten 2015 kam es zu keinen wesentlichen Veränderungen mit Bezug auf die Beschreibung unserer Geschäftstätigkeiten und unserer Wettbewerbspositionen, wie wir sie im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 55 dargestellt haben.

Um unsere Strukturen kontinuierlich an unsere Märkte und Kunden anzupassen, wandten wir für Restrukturierungen 161 Mio Euro auf (im Vorjahreszeitraum: 146 Mio Euro). Um ein skalierbares Geschäftsmodell zu schaffen, bauen wir unter anderem unsere Shared Services aus und treiben die Zusammenführung unserer Supply-Chain- und Einkaufsaktivitäten in eine integrierte globale Supply-Chain-Organisation weiter voran. Darüber hinaus führen wir die Integration der im letzten und in diesem Jahr getätigten Akquisitionen fort.

Überleitung vom Umsatz zum bereinigten betrieblichen Ergebnis¹

in Mio Euro	1-9/2014	%	1-9/2015	%	Veränderung
Umsatzerlöse	12.302	100,0	13.715	100,0	11,5%
Kosten der umgesetzten Leistungen	- 6.404	- 52,1	- 7.034	- 51,3	9,8%
Bruttoergebnis vom Umsatz	5.898	47,9	6.681	48,7	13,3%
Marketing- und Vertriebsaufwendungen	- 3.080	- 25,0	- 3.448	- 25,1	11,9%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	- 309	- 2,5	- 351	- 2,6	13,6%
Verwaltungsaufwendungen	- 541	- 4,4	- 662	- 4,8	22,4%
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	18	0,1	33	0,2	-
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT)	1.986	16,1	2.253	16,4	13,4%

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

Im Folgenden werden die um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen bereinigten betrieblichen Aufwands- und Ertragsposten bis zum betrieblichen Ergebnis kommentiert. Die Überleitungsrechnung sowie die Verteilung der Restrukturierungsaufwendungen auf die Kostenzeilen der Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung finden Sie auf Seite 29.

Die Kosten der umgesetzten Leistungen erhöhten sich gegenüber den ersten neun Monaten 2014 um 9,8 Prozent auf 7.034 Mio Euro. Das Bruttoergebnis vom Umsatz stieg um 13,3 Prozent auf 6.681 Mio Euro. Die Bruttomarge konnten wir um 0,8 Prozentpunkte auf 48,7 Prozent steigern. Durch selektive Preiserhöhungen, Einsparungen aus Kostensenkungsmaßnahmen sowie Effizienzverbesserungen in Produktion und Supply Chain in Kombination mit leicht rückläufigen Preisen für direkte Materialien konnten wir die Effekte eines weiterhin intensiven Promotionswettbewerbs kompensieren.

Die Marketing- und Vertriebsaufwendungen erhöhten sich im Vergleich zu den ersten neun Monaten 2014 auf 3.448 Mio Euro, unter anderem aufgrund der getätigten Akquisitionen und aufgrund von Währungseinflüssen. Der Anteil am Umsatz stieg leicht um 0,1 Prozentpunkte auf 25,1 Prozent. Für Forschung und Entwicklung wandten wir insgesamt 351 Mio Euro auf und bauten den Anteil am Umsatz mit 2,6 Prozent leicht aus. Die Verwaltungsaufwendungen stiegen vor allem aufgrund der getätigten Akquisitionen und aufgrund von Währungseinflüssen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf 662 Mio Euro an. In Relation zum Umsatz lagen die Verwaltungsaufwendungen mit 4,8 Prozent über dem Niveau der ersten neun Monate 2014.

Der Saldo aus Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen in Höhe von 33 Mio Euro blieb wie im

Vorjahreszeitraum auf einem niedrigen Niveau. Der absolute Anstieg resultierte im Wesentlichen aus der Veräußerung von Zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 13,4 Prozent von 1.986 Mio Euro auf 2.253 Mio Euro. Die bereinigte Umsatzrendite des Konzerns haben wir von 16,1 Prozent auf 16,4 Prozent gesteigert. Eine sehr starke Margenverbesserung zeigte der Unternehmensbereich Laundry & Home Care mit einer Steigerung von 0,8 Prozentpunkten von 16,7 Prozent auf 17,5 Prozent. Hierzu trug vor allem die starke organische Umsatzentwicklung bei gleichzeitig konsequentem Kostenmanagement bei. Der Unternehmensbereich Beauty Care steigerte seine Umsatzrendite stark um 0,5 Prozentpunkte von 15,7 Prozent auf 16,2 Prozent. Dies ist zurückzuführen auf das konsequente Kostenmanagement bei gutem organischem Umsatzwachstum. Im Unternehmensbereich Adhesive Technologies blieb die Umsatzrendite mit 17,2 Prozent um 0,2 Prozentpunkte leicht unter dem Wert des Vorjahreszeitraums.

Das Finanzergebnis verbesserte sich von -37 Mio Euro in den ersten neun Monaten 2014 auf -31 Mio Euro in den ersten neun Monaten 2015. Dies ist unter anderem auf ein verbessertes Währungsergebnis zurückzuführen. Die Steuerquote betrug 24,6 Prozent (bereinigt: 25,0 Prozent).

Der Dreivierteljahresüberschuss erhöhte sich um 11,5 Prozent von 1.352 Mio Euro auf 1.507 Mio Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 32 Mio Euro lag der Dreivierteljahresüberschuss bei 1.475 Mio Euro (Vorjahreszeitraum: 1.330 Mio Euro). Der bereinigte Dreivierteljahresüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 1.632 Mio Euro gegenüber 1.459 Mio Euro im Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) haben wir von 3,07 Euro

Vergleich Prognose und Ergebnisse 2015

	Prognose für 2015	Aktualisierte Prognose für 2015	Ergebnisse Dreivierteljahr 2015
Organisches Umsatzwachstum	Henkel-Konzern: 3–5 Prozent	Henkel-Konzern: etwa 3 Prozent	Henkel-Konzern: 3,1 Prozent
	Laundry & Home Care: 3–5 Prozent Beauty Care: etwa 2 Prozent Adhesive Technologies: 3–5 Prozent	Laundry & Home Care: 4–5 Prozent Beauty Care: etwa 2 Prozent Adhesive Technologies: 2–3 Prozent	Laundry & Home Care: 5,0 Prozent Beauty Care: 2,0 Prozent Adhesive Technologies: 2,4 Prozent
Umsatzanteil der Wachstumsmärkte	auf Vorjahresniveau	auf Vorjahresniveau	leicht unter Vorjahresniveau
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT)	Steigerung auf etwa 16 Prozent	Steigerung auf etwa 16 Prozent	Steigerung auf 16,4 Prozent
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie	Steigerung um etwa 10 Prozent	Steigerung von über 10 Prozent	Steigerung um 11,9 Prozent

auf 3,41 Euro gesteigert. Bereinigt lag es bei 3,77 Euro gegenüber 3,37 Euro im Vorjahreszeitraum.

Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf

Im Rahmen des Berichts über das Geschäftsjahr 2014 haben wir für das Geschäftsjahr 2015 die Prognose abgegeben, dass wir ein organisches Umsatzwachstum von 3 bis 5 Prozent erwarten. Darüber hinaus haben wir eine konstante Entwicklung des Umsatzanteils unserer Wachstumsmärkte erwartet. Für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) haben wir eine Steigerung auf etwa 16 Prozent und für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie einen Anstieg von etwa 10 Prozent (2014: 4,38 Euro) prognostiziert.

Wir konkretisieren unsere Prognose für das Geschäftsjahr 2015. Wir erwarten für den Henkel-Konzern nun ein organisches Umsatzwachstum von etwa 3 Prozent. Wir gehen weiterhin davon aus, dass der Umsatzanteil unserer Wachstumsmärkte auf dem Niveau des Vorjahres liegen wird. Für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) erwarten wir unverändert eine Steigerung auf etwa 16 Prozent. Wir heben unsere Prognose für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie an und erwarten nun einen Anstieg von über 10 Prozent (2014: 4,38 Euro).

Vermögenslage

Im Vergleich zum Jahresende 2014 stieg die Bilanzsumme um 1,4 Mrd Euro auf 22,4 Mrd Euro.

Im **langfristigen Vermögen** erhöhten sich die Immateriellen Vermögenswerte im Wesentlichen aufgrund von Währungseffekten um 631 Mio Euro. Im gestiegenen Sachanlagevermögen standen den Investitionen in Höhe von 351 Mio Euro Abschreibungen von 248 Mio Euro gegenüber.

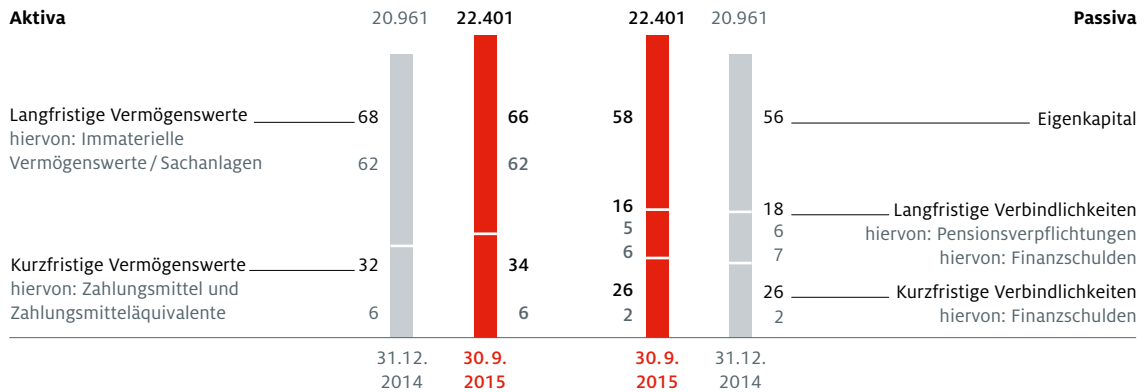
Das **kurzfristige Vermögen** erhöhte sich von 6,8 Mrd Euro auf 7,5 Mrd Euro. Einerseits wirkten sich Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und Übrige Vermögenswerte erhöhend aus. Andererseits verringerten sich die Sonstigen finanziellen Vermögenswerte aufgrund der teilweisen Veräußerung unserer Wertpapiere und Terminanlagen. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erhöhten sich im Berichtszeitraum um 38 Mio Euro.

Das **Eigenkapital** einschließlich der nicht beherrschenden Anteile erhöhte sich gegenüber dem Ende des Geschäftsjahres 2014 um 1.364 Mio Euro auf 13.008 Mio Euro. Die einzelnen Einflüsse auf die Eigenkapitalentwicklung stellen wir auf Seite 30 tabellarisch dar. Eigenkapitalerhöhend wirkte sich der Dreivierteljahresüberschuss in Höhe von 1.507 Mio Euro aus.

Bilanzstruktur

in Prozent

Bilanzsumme in Mio Euro



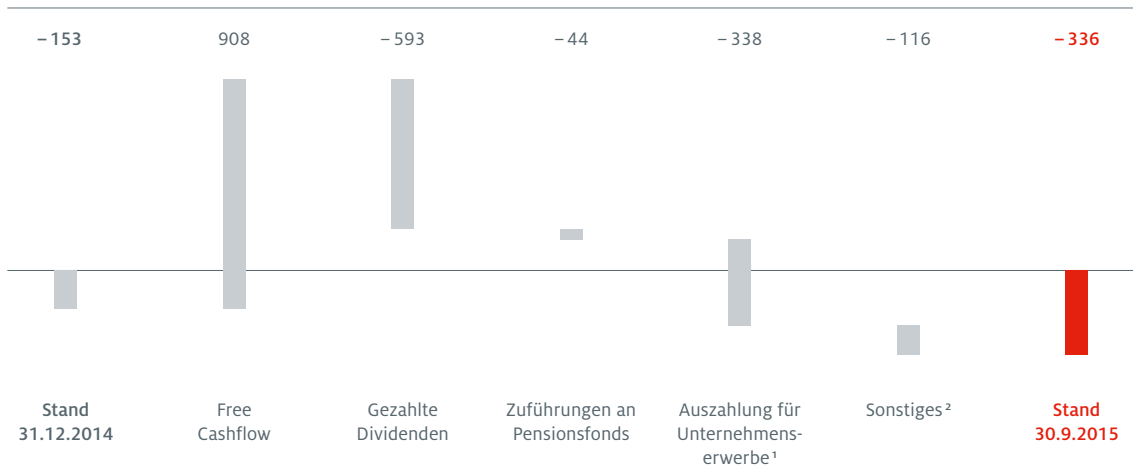
Zudem führten positive Währungseffekte in Höhe von 388 Mio Euro zu einem Anstieg. Gegenläufig wirkte sich die Dividendenausschüttung der Henkel AG & Co. KGaA aus. Die Eigenkapitalquote ist im Vergleich zum Jahresende 2014 um 2,5 Prozentpunkte auf 58,1 Prozent nochmals gestiegen und vermittelt die hohe Finanzierungskraft des Konzerns.

Die **kurzfristigen Verbindlichkeiten** sind leicht um 0,3 Mrd Euro auf 5,9 Mrd Euro gestiegen. Hier wirkte sich im Wesentlichen die Erhöhung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen aus.

Die **langfristigen Verbindlichkeiten** sind leicht um 0,2 Mrd Euro auf 3,5 Mrd Euro gesunken. Unsere Pensionsverpflichtungen sind vor allem infolge der höheren Diskontierungszinssätze gegenüber dem Jahresende 2014 gesunken.

Nettofinanzposition

in Mio Euro



¹ Einschließlich Auszahlungen für den Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen bei bestehender Kontrolle.

² Im Wesentlichen Währungskurseffekte.

Unsere **Nettofinanzposition**¹ beläuft sich zum 30. September 2015 auf –336 Mio Euro (31. Dezember 2014: –153 Mio Euro). Die Veränderung gegenüber Ende 2014 war im Wesentlichen durch gezahlte Dividenden und Auszahlungen für Unternehmenserwerbe geprägt.

Nettofinanzposition

in Mio Euro	
3. Quartal 2014	740
4. Quartal 2014	– 153
1. Quartal 2015	10
2. Quartal 2015	– 634
3. Quartal 2015	– 336

Die operative Schuldendeckung lag im Berichtszeitraum aufgrund unserer weiterhin geringen Verschuldung wie bereits zum Jahresende 2014 deutlich über dem Zielwert von 50 Prozent. Auch der Zinsdeckungs-faktor hat sich, begünstigt durch das höhere betriebliche Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA), weiter verbessert.

Finanzkennzahlen

	31.12.2014	30.9.2015
Operative Schuldendeckung ¹ (Jahresüberschuss + Abschreibungen, Wertminderungen [Impairment] und Zuschreibungen + Zinsanteil Pensionsverpflichtungen) / Nettofinanzschulden und Pensionsverpflichtungen	274,8%	299,0%
Zinsdeckungs-faktor EBITDA / Zinsergebnis inklusive Zinsanteil Pensionsverpflichtungen	48,4	78,9
Eigenkapitalquote Eigenkapital / Bilanzsumme	55,6%	58,1%

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

Finanzlage

Die Entwicklung der Finanzlage wird in der Konzernkapitalflussrechnung auf Seite 31 im Einzelnen dargestellt.

Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** lag im Dreivierteljahr 2015 mit 1.392 Mio Euro über dem Vergleichswert des Vorjahreszeitraums (1.155 Mio Euro). Trotz höherer Zahlungen für Ertragsteuern wirkten sich hier neben dem gestiegenen betrieblichen Ergebnis vor allem geringere Abflüsse bei den Vorräten aus.

Das Netto-Umlaufvermögen² bezogen auf die Umsatzerlöse hat sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 0,4 Prozentpunkte auf 6,0 Prozent erhöht.

Der Mittelabfluss im **Cashflow aus Investitionstätigkeit** lag mit –678 Mio Euro auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums (–682 Mio Euro). Den höheren Investitionen in Tochterunternehmen und sonstige Geschäftseinheiten im Vorjahreszeitraum standen höhere Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen im Dreivierteljahr 2015 gegenüber.

Der Mittelabfluss beim **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** lag mit –699 Mio Euro über dem Vergleichswert des Vorjahreszeitraums (–358 Mio Euro). Diese Entwicklung war im Wesentlichen geprägt durch geringere Erlöse aus der Veräußerung kurzfristiger Wertpapiere und Terminanlagen, höhere Dividendenzahlungen sowie gestiegene Auszahlungen für den Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen bei bestehender Kontrolle.

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** sind im Vergleich zum 31. Dezember 2014 um 38 Mio Euro auf 1.266 Mio Euro gestiegen.

Der Anstieg des **Free Cashflows** auf 908 Mio Euro wurde im Vergleich zum Dreivierteljahr 2014 (781 Mio Euro) durch den höheren Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit geprägt.

¹ Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zuzüglich kurzfristig monetisierbarer, als „Zur Veräußerung verfügbar“ oder nach der „Fair Value Option“ klassifizierter Finanzinstrumente abzüglich der Finanzschulden sowie zuzüglich positiver und abzüglich negativer Marktwerte der Sicherungsgeschäfte.

² Vorräte zuzüglich geleisteter Anzahlungen und Forderungen gegen Kunden und Lieferanten abzüglich Verbindlichkeiten gegenüber Kunden und Lieferanten sowie kurzfristiger Vertriebsrückstellungen.

Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen bestehender Geschäfte betrugen 351 Mio Euro nach 291 Mio Euro im Dreivierteljahr 2014. In Immaterielle Vermögenswerte haben wir 82 Mio Euro investiert (Vorjahreszeitraum: 40 Mio Euro). Rund zwei Drittel der Investitionssumme haben wir für Erweiterungsinvestitionen, Innovationen und Rationalisierungsmaßnahmen aufgewandt, zum Beispiel für den Ausbau unserer Produktionskapazität sowie für die Optimierung unserer Produktionsstruktur und unserer Geschäftsprozesse.

Große Einzelprojekte des Jahres 2015 waren bisher:

- Ausbau der Produktionskapazität für Toiletten-Duftspüler in Kruševac, Serbien (Laundry & Home Care),
- Ausbau der Produktionskapazität für Shampoo- und Duschbad-Produkte in Wassertrüdingen, Deutschland (Beauty Care),
- Ausbau der Produktionskapazität für Kosmetik-Produkte in Imeni Vorovskogo, Russland (Beauty Care),
- Konsolidierung von Produktionsstandorten sowie Ausbau der Produktionskapazität in China (Adhesive Technologies),
- Errichtung einer Fabrik zur Herstellung von Bautechnik-Produkten in Bileća, Bosnien und Herzegowina (Adhesive Technologies),
- globale Optimierung der Supply Chain sowie Konsolidierung und Optimierung der IT-Systemlandschaft zur Steuerung von Geschäftsprozessen.

Regional verteilten sich die Investitionen größtenteils auf Westeuropa, Osteuropa sowie Asien/Pazifik.

Investitionen im Dreivierteljahr 2015

in Mio Euro	Bestehendes Geschäft	Akquisitionen	Gesamt
Immaterielle Vermögenswerte	82	104	186
Sachanlagen	351	7	358
Summe	433	111	544

Akquisitionen und Divestments

Mit Wirkung zum 16. Juli 2015 haben wir die Übernahme des Haarstyling-Geschäfts und der damit verbundenen Marken von Industrias Wet Line S.A. de C.V. in Lateinamerika abgeschlossen. Die Akquisition ist Ausdruck unserer Strategie, die Präsenz in unseren Wachstumsmärkten weiter zu stärken.

Weitere Details erläutern wir in den ausgewählten Anhangangaben auf Seite 35. Es ergaben sich keine Änderungen in der Geschäfts- und Organisationsstruktur. Für eine ausführliche Darstellung der Organisation und Geschäftstätigkeit verweisen wir auf die entsprechenden Ausführungen im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 55.

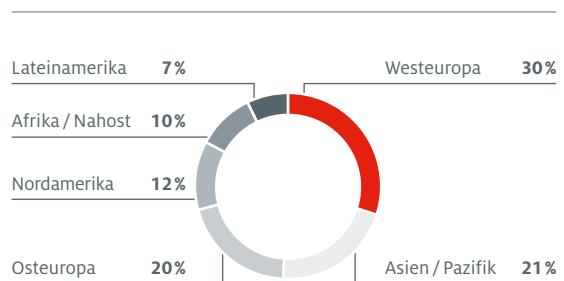
Unser Langfrist-Rating liegt weiterhin bei „A flat“ (Standard & Poor’s) beziehungsweise „A2“ (Moody’s). Diese sind auch unsere Ziel-Ratings. Bei der Evaluierung von möglichen Akquisitionen werden wir auch zukünftig darauf achten, sie nicht zu gefährden.

Mitarbeiter

Am 30. September 2015 beschäftigten wir rund 49.950 Mitarbeiter (31. Dezember 2014: 49.750).

Der leichte Zuwachs in den ersten neun Monaten 2015 ergibt sich vor allem aus der Akquisition von Novamelt und dem weiteren Ausbau unserer Shared Service Center.

Mitarbeiter nach Regionen



Stand: 30.9.2015

Nachtragsbericht

Forschung und Entwicklung

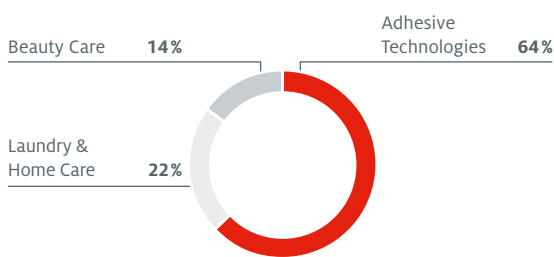
In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres betragen unsere Aufwendungen für Forschung und Entwicklung 361 Mio Euro (bereinigt um Restrukturierungsaufwendungen: 351 Mio Euro) nach 311 Mio Euro (bereinigt: 309 Mio Euro) im Vorjahreszeitraum. In Relation zum Umsatz sind die Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,1 Prozentpunkte gestiegen. Die Quote lag bei 2,6 Prozent (bereinigt: 2,6 Prozent).

Die Entwicklung von innovativen Produkten spielt für uns eine zentrale Rolle. Die im Geschäftsbericht 2014 ab Seite 81 beschriebene Forschungs- und Entwicklungsstrategie hat sich nicht verändert.

Mit Wirkung zum 13. Oktober 2015 haben wir den Vertrag zum Erwerb aller Anteile an der Zhejiang Golden Roc Chemicals Co., Ltd., China, unterzeichnet, um unser Geschäft mit Sekundenklebstoffen im Unternehmensbereich Adhesive Technologies zu erweitern. Zhejiang Golden Roc Chemicals Co. erzielte im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz von rund 15 Mio Euro. Die Akquisition ist Ausdruck unserer Strategie, die Präsenz in unseren Wachstumsmärkten weiter zu stärken.

Infolge der am 16. Oktober 2015 erklärten Kündigung wird die in den langfristigen Finanzschulden ausgewiesene Hybrid-Anleihe am 25. November 2015 vollständig getilgt. Die Rückzahlung erfolgt zum Nominalwert in Höhe von 1,3 Mrd Euro zuzüglich aufgelaufener Zinsen.

F&E-Aufwand nach Unternehmensbereichen



Ausblick

Der Ausblick zur Entwicklung der Weltwirtschaft beruht auf Daten von IHS Global Insight.

Für das Jahr 2015 erwarten wir weiterhin eine nur moderate Entwicklung des Weltwirtschaftswachstums und gehen von einem Anstieg des Bruttoinlandsprodukts von etwa 2,5 Prozent aus.

Für die reifen Märkte rechnen wir mit einem Wachstum von etwa 2 Prozent. Die nordamerikanische Wirtschaft wird voraussichtlich um rund 2 Prozent und die japanische Wirtschaft um etwa 0,5 Prozent wachsen. Für Westeuropa rechnen wir mit einem Wachstum von rund 2 Prozent für das Gesamtjahr.

Die Wachstumsmärkte werden auch 2015 wieder ein vergleichsweise robustes Wirtschaftswachstum von rund 4 Prozent erzielen. In Asien (ohne Japan) gehen wir von einer Erhöhung der Wirtschaftsleistung um rund 5 Prozent aus und in der Region Afrika/Nahost von einer Steigerung um etwa 2,5 Prozent. In Lateinamerika erwarten wir eine stagnierende Wirtschaftsentwicklung. Aufgrund des anhaltenden Konflikts zwischen Russland und der Ukraine gehen wir für das Jahr 2015 in Osteuropa weiterhin von einer Stagnation aus.

Die Inflation wird 2015 weltweit bei rund 2 Prozent liegen. Während wir für die reifen Märkte von einem konstanten Preisniveau ausgehen, rechnen wir in den Wachstumsmärkten mit einer Inflation von rund 5 Prozent.

Wir erwarten, dass der private Konsum im Jahr 2015 weltweit um etwa 2,5 Prozent steigen wird. In den reifen Märkten werden die Konsumenten rund 2 Prozent mehr ausgeben als im Vorjahr. Die Wachstumsmärkte werden sich 2015 mit einem Plus von rund 3 Prozent geringfügig konsumfreudiger zeigen.

Die Industrieproduktion wird im Vergleich zum Vorjahr weltweit um rund 3 Prozent wachsen und damit leicht stärker als die Gesamtwirtschaft expandieren.

Für die Transport- und Automobilindustrie rechnen wir mit einem Plus von rund 3 Prozent. Die Metallindustrie wird voraussichtlich ein Wachstum von rund 2 Prozent verzeichnen. Die Produktion der für Henkel wichtigen Abnehmerbranche Elektronik wird

schwächer als bisher erwartet um rund 4 Prozent steigen. Das Wachstum wird damit auf dem Niveau von 2014 liegen. Für konsumnahe Branchen wie die globale Verpackungsindustrie erwarten wir auch im Jahr 2015 ein Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich.

Für die weltweite Bauwirtschaft erwarten wir ein Produktionsplus auf dem Niveau des Vorjahres von etwa 3 Prozent.

Chancen und Risiken

Wie berichtet, war Henkel neben anderen Konsumgüterherstellern und Handelsunternehmen in Verfahren verschiedener Kartellbehörden in Europa beteiligt (siehe Konzernanhang im Geschäftsbericht 2014, Seite 147). Das am 18. Dezember 2014 von der französischen Kartellbehörde festgelegte Bußgeld in Höhe von 109 Mio. Euro haben wir am 15. Mai 2015 vorläufig bezahlt. Eine Entscheidung über die von uns eingelegten Rechtsmittel hinsichtlich der Höhe des Bußgelds steht noch aus. Im Kartellverfahren in Belgien wurde eine abschließende Einigung mit der belgischen Kartellbehörde erzielt. Henkel hat in diesem Zusammenhang am 15. Juli 2015 eine Zahlung in Höhe von rund 6 Mio Euro geleistet.

Im Berichtszeitraum haben wir keine weiteren bedeutsamen Risiken und Chancen identifiziert, die über die Risiken und Chancen hinausgehen, die in unserem Geschäftsbericht 2014 auf den Seiten 102 bis 107 dargestellt sind.

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts sind keine Risiken im Zusammenhang mit der zukünftigen Entwicklung erkennbar, die den Fortbestand der Henkel AG & Co. KGaA, eines wesentlichen einbezogenen Unternehmens oder des Konzerns gefährden könnten.

Ausblick des Henkel-Konzerns 2015

Für das Geschäftsjahr 2015 konkretisieren wir unsere Prognose für das organische Umsatzwachstum des Henkel-Konzerns und erwarten nun ein Wachstum von etwa 3 Prozent. Wir gehen davon aus, dass der

Umsatz des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care organisch zwischen 4 und 5 Prozent wachsen wird. Für den Unternehmensbereich Beauty Care erwarten wir weiterhin ein organisches Umsatzwachstum von etwa 2 Prozent. Insbesondere aufgrund der nachlassenden Wachstumsdynamik in China gehen wir nun davon aus, dass das organische Umsatzwachstum des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies zwischen 2 und 3 Prozent liegen wird.

Wir erwarten weiterhin, dass der Umsatzanteil unserer Wachstumsmärkte auf dem Niveau des Vorjahres liegen wird.

Wir bestätigen unsere Prognose für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT). Gegenüber 2014 erwarten wir weiterhin eine Steigerung auf etwa 16 Prozent (2014: 15,8 Prozent) und gehen davon aus, dass alle Unternehmensbereiche dazu beitragen werden. Wir heben unsere Prognose für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie an und erwarten nun einen Anstieg von über 10 Prozent (2014: 4,38 Euro).

Die Basis dafür bildet unsere starke Wettbewerbsposition. Diese werden wir mit unserer Innovationskraft, unseren starken Marken und führenden Marktpositionen sowie der Qualität unseres Portfolios festigen und ausbauen. Unsere Marktposition und Anpassungen unserer Strukturen an sich stetig ändernde Marktverhältnisse werden zusammen mit der erwarteten Umsatzsteigerung unsere Ergebnisse positiv beeinflussen.

Darüber hinaus erwarten wir für 2015 nun die folgenden Entwicklungen:

- leichter Rückgang der Preise für Rohstoffe, Verpackungen, bezogene Waren und Leistungen (bisher: stabile Preise),
- Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von etwa 200 Mio Euro (bisher: von 150 Mio Euro bis 200 Mio Euro), konkretisiert vor allem aufgrund der Anpassung unserer Strukturen an die Marktsituation im Unternehmensbereich Adhesive Technologies,
- Investitionen in Sachanlagen und Immaterielle Vermögenswerte von etwa 650 Mio Euro (bisher: zwischen 550 Mio Euro und 600 Mio Euro).

Konzernzwischenabschluss

Konzernbilanz

Aktiva

in Mio Euro	30.9.2014	%	31.12.2014	%	30.9.2015	%
Immaterielle Vermögenswerte	9.082	45,2	10.590	50,5	11.221	50,1
Sachanlagen	2.383	11,9	2.461	11,8	2.579	11,5
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	179	0,9	114	0,5	61	0,3
Ertragsteuererstattungsansprüche	6	–	7	–	6	–
Übrige Vermögenswerte	121	0,6	140	0,7	152	0,7
Aktive latente Steuern	716	3,6	838	4,0	846	3,8
Langfristige Vermögenswerte	12.487	62,2	14.150	67,5	14.865	66,4
Vorräte	1.689	8,4	1.671	8,0	1.759	7,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.922	14,5	2.747	13,1	3.212	14,3
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	1.373	6,8	676	3,2	621	2,8
Ertragsteuererstattungsansprüche	138	0,7	174	0,8	187	0,8
Übrige Vermögenswerte	255	1,3	284	1,4	480	2,1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.211	6,0	1.228	5,9	1.266	5,7
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	19	0,1	31	0,1	11	–
Kurzfristige Vermögenswerte	7.607	37,8	6.811	32,5	7.536	33,6
Aktiva insgesamt	20.094	100,0	20.961	100,0	22.401	100,0

Passiva

in Mio Euro	30.9.2014	%	31.12.2014	%	30.9.2015	%
Gezeichnetes Kapital	438	2,2	438	2,1	438	2,0
Kapitalrücklage	652	3,2	652	3,1	652	2,9
Eigene Aktien	-91	-0,5	-91	-0,4	-91	-0,4
Gewinnrücklagen	11.080	55,2	11.396	54,4	12.389	55,3
Sonstige Bestandteile des Eigenkapitals	-983	-4,9	-887	-4,3	-515	-2,3
Eigenkapital der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	11.096	55,2	11.508	54,9	12.873	57,5
Nicht beherrschende Anteile	127	0,6	136	0,7	135	0,6
Eigenkapital	11.223	55,8	11.644	55,6	13.008	58,1
Pensionsverpflichtungen	1.256	6,3	1.262	6,0	1.144	5,1
Ertragsteuerrückstellungen	65	0,3	84	0,4	68	0,3
Sonstige Rückstellungen	334	1,7	380	1,8	376	1,7
Finanzschulden	1.378	6,9	1.354	6,5	1.311	5,8
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2	-	1	-	-	-
Übrige Verbindlichkeiten	14	0,1	13	0,1	19	0,1
Passive latente Steuern	498	2,5	628	3,0	620	2,8
Langfristige Verbindlichkeiten	3.547	17,8	3.722	17,8	3.538	15,8
Ertragsteuerrückstellungen	169	0,8	251	1,2	313	1,4
Sonstige Rückstellungen	1.449	7,2	1.513	7,2	1.481	6,6
Finanzschulden	244	1,2	390	1,9	463	2,1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.042	15,1	3.046	14,4	3.189	14,2
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	115	0,6	117	0,6	66	0,3
Übrige Verbindlichkeiten	295	1,5	268	1,3	337	1,5
Ertragsteuerverbindlichkeiten	10	-	10	-	6	-
Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten	-	-	-	-	-	-
Kurzfristige Verbindlichkeiten	5.324	26,4	5.595	26,6	5.855	26,1
Passiva insgesamt	20.094	100,0	20.961	100,0	22.401	100,0

Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung

in Mio Euro	3. Q/2014	%	3. Q/2015	%	Veränderung
Umsatzerlöse	4.236	100,0	4.590	100,0	8,4%
Kosten der umgesetzten Leistungen ¹	- 2.245	- 53,0	- 2.361	- 51,4	5,2%
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.991	47,0	2.229	48,6	12,0%
Marketing- und Vertriebsaufwendungen ¹	- 1.045	- 24,7	- 1.158	- 25,2	10,8%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen ¹	- 104	- 2,4	- 120	- 2,6	15,4%
Verwaltungsaufwendungen ¹	- 210	- 5,0	- 278	- 6,1	32,4%
Sonstige betriebliche Erträge	23	0,5	21	0,4	- 8,7%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 52	- 1,2	- 28	- 0,6	- 46,2%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	603	14,2	666	14,5	10,4%
Zinsertrag	8	0,2	5	0,1	- 37,5%
Zinsaufwand	- 9	- 0,2	- 13	- 0,2	44,4%
Sonstiges Finanzergebnis	- 10	- 0,3	- 3	- 0,1	- 70,0%
Beteiligungsergebnis	-	-	-	-	-
Finanzergebnis	- 11	- 0,3	- 11	- 0,2	-
Ergebnis vor Steuern	592	13,9	655	14,3	10,6%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	- 142	- 3,4	- 161	- 3,5	13,4%
<i>Steuerquote in %</i>	<i>24,0</i>		<i>24,6</i>		
Quartalsüberschuss	450	10,5	494	10,8	9,8%
- auf nicht beherrschende Anteile entfallend	- 10	- 0,2	- 10	- 0,2	-
- auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	440	10,3	484	10,6	10,0%
Ergebnis je Stammaktie – unverwässert und verwässert	in Euro	1,00	1,11		11,0%
Ergebnis je Vorzugsaktie – unverwässert und verwässert	in Euro	1,01	1,12		10,9%

Freiwillige Zusatzinformation

in Mio Euro		3. Q/2014	3. Q/2015	Veränderung
EBIT (wie berichtet)		603	666	10,4%
Einmalige Erträge		-	-	-
Einmalige Aufwendungen		43	34 ²	-
Restrukturierungsaufwendungen		47	78	-
Bereinigter EBIT		693	778	12,3%
<i>Bereinigte Umsatzrendite</i>	<i>in %</i>	<i>16,4</i>	<i>16,9</i>	<i>0,5 pp</i>
<i>Bereinigte Steuerquote</i>	<i>in %</i>	<i>24,0</i>	<i>24,9</i>	<i>0,9 pp</i>
Bereinigter Quartalsüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA		508	564	11,0%
Bereinigtes Ergebnis je Stammaktie	in Euro	1,16	1,29	11,2%
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	1,17	1,30	11,1%

¹ Restrukturierungsaufwendungen im dritten Quartal 2015: 78 Mio Euro (im dritten Quartal 2014: 47 Mio Euro), davon: Kosten der umgesetzten Leistungen 10 Mio Euro (im dritten Quartal 2014: 16 Mio Euro), Marketing- und Vertriebsaufwendungen 22 Mio Euro (im dritten Quartal 2014: 11 Mio Euro), Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen 6 Mio Euro (im dritten Quartal 2014: 1 Mio Euro), Verwaltungsaufwendungen 40 Mio Euro (im dritten Quartal 2014: 19 Mio Euro).

² 26 Mio Euro Aufwendungen aus der Optimierung unserer IT-Systemlandschaft zur Steuerung der Geschäftsprozesse sowie 8 Mio Euro Akquisitionskosten im Zusammenhang mit dem Erwerb des Waschmittelgeschäfts in Australien, Neuseeland und auf Fidschi von der Colgate-Palmolive Company.

Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung

in Mio Euro	1-9/2014	%	1-9/2015	%	Veränderung
Umsatzerlöse	12.302	100,0	13.715	100,0	11,5%
Kosten der umgesetzten Leistungen ¹	-6.471	-52,6	-7.064	-51,5	9,2%
Bruttoergebnis vom Umsatz	5.831	47,4	6.651	48,5	14,1%
Marketing- und Vertriebsaufwendungen ¹	-3.103	-25,2	-3.509	-25,6	13,1%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen ¹	-311	-2,5	-361	-2,6	16,1%
Verwaltungsaufwendungen ¹	-628	-5,1	-764	-5,6	21,7%
Sonstige betriebliche Erträge	90	0,7	82	0,6	-8,9%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-79	-0,7	-70	-0,5	-11,4%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	1.800	14,6	2.029	14,8	12,7%
Zinsertrag	27	0,2	22	0,2	-18,5%
Zinsaufwand	-36	-0,3	-36	-0,3	-
Sonstiges Finanzergebnis	-34	-0,2	-16	-0,1	-52,9%
Beteiligungsergebnis	6	0,1	-1	-	-
Finanzergebnis	-37	-0,2	-31	-0,2	-16,2%
Ergebnis vor Steuern	1.763	14,4	1.998	14,6	13,3%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-411	-3,3	-491	-3,6	19,5%
<i>Steuerquote in %</i>	<i>23,3</i>		<i>24,6</i>		
Dreivierteljahresüberschuss	1.352	11,1	1.507	11,0	11,5%
– auf nicht beherrschende Anteile entfallend	-22	-0,2	-32	-0,2	45,5%
– auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	1.330	10,9	1.475	10,8	10,9%
Ergebnis je Stammaktie – unverwässert und verwässert	in Euro	3,05	3,39		11,1%
Ergebnis je Vorzugsaktie – unverwässert und verwässert	in Euro	3,07	3,41		11,1%

Freiwillige Zusatzinformation

in Mio Euro	1-9/2014	1-9/2015	Veränderung	
EBIT (wie berichtet)	1.800	2.029	12,7%	
Einmalige Erträge	-28	-	-	
Einmalige Aufwendungen	68	63 ²	-	
Restrukturierungsaufwendungen	146	161	-	
Bereinigter EBIT	1.986	2.253	13,4%	
<i>Bereinigte Umsatzrendite</i>	<i>in %</i>	<i>16,1</i>	<i>16,4</i>	<i>0,3pp</i>
<i>Bereinigte Steuerquote</i>	<i>in %</i>	<i>24,0</i>	<i>25,0</i>	<i>1,0pp</i>
Bereinigter Dreivierteljahresüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	1.459	1.632	11,9%	
Bereinigtes Ergebnis je Stammaktie	in Euro	3,35	3,75	11,9%
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	3,37	3,77	11,9%

¹ Restrukturierungsaufwendungen im Dreivierteljahresabschluss 2015: 161 Mio Euro (im Dreivierteljahr 2014: 146 Mio Euro), davon: Kosten der umgesetzten Leistungen 30 Mio Euro (im Dreivierteljahr 2014: 67 Mio Euro), Marketing- und Vertriebsaufwendungen 61 Mio Euro (im Dreivierteljahr 2014: 23 Mio Euro), Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen 10 Mio Euro (im Dreivierteljahr 2014: 2 Mio Euro), Verwaltungsaufwendungen 60 Mio Euro (im Dreivierteljahr 2014: 54 Mio Euro).

² Im Wesentlichen Aufwendungen aus der Optimierung unserer IT-Systemlandschaft zur Steuerung der Geschäftsprozesse.

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

in Mio Euro	3. Q/2014	3. Q/2015	1-9/2014	1-9/2015
Quartalsüberschuss / Dreivierteljahresüberschuss	450	494	1.352	1.507
<i>Zu reklassifizierende Ergebnisse:</i>				
Unterschied aus Währungsumrechnung	510	- 223	542	388
Gewinne aus derivativen Finanzinstrumenten (Hedge-Rücklage gemäß IAS 39)	6	6	2	- 9
Gewinne aus Finanzinstrumenten der Kategorie „zur Veräußerung verfügbar“ (Rücklage „zur Veräußerung verfügbar“)	-	-	1	-
<i>Nicht zu reklassifizierende Ergebnisse:</i>				
Neubewertung aus leistungsorientierten Versorgungsplänen	- 155	- 112	- 289	116
Sonstiges Ergebnis (nach Steuern)	361	- 329	256	495
Gesamtergebnis der Periode	811	165	1.608	2.002
- auf nicht beherrschende Anteile entfallend	22	8	34	39
- auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	789	157	1.574	1.963

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

in Mio Euro	Gezeichnetes Kapital			Eigene Aktien	Gewinn-rücklagen	Sonstige Bestandteile des Eigenkapitals			Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	Nicht beherrschende Anteile	Gesamt
	Stamm-aktien	Vorzugs-aktien	Kapital-rücklage			Wäh-rungs-umrech-nung	Hedge-Rücklage gemäß IAS 39	Rücklage „zur Veräußerung verfügbar“			
Stand 31.12.2013 / 1.1.2014	260	178	652	- 91	10.561	- 1.336	- 182	2	10.044	114	10.158
Dreivierteljahresüberschuss	-	-	-	-	1.330	-	-	-	1.330	22	1.352
Sonstiges Ergebnis	-	-	-	-	- 289	530	2	1	244	12	256
Gesamtergebnis der Periode	-	-	-	-	1.041	530	2	1	1.574	34	1.608
Ausschüttungen	-	-	-	-	- 525	-	-	-	- 525	- 18	- 543
Verkauf eigener Aktien	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Änderungen der Beteiligungsquote an Tochterunternehmen bei bestehender Kontrolle	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstige neutrale Veränderungen	-	-	-	-	3	-	-	-	3	- 3	-
Stand 30.9.2014	260	178	652	- 91	11.080	- 806	- 180	3	11.096	127	11.223
Stand 31.12.2014 / 1.1.2015	260	178	652	- 91	11.396	- 723	- 167	3	11.508	136	11.644
Dreivierteljahresüberschuss	-	-	-	-	1.475	-	-	-	1.475	32	1.507
Sonstiges Ergebnis	-	-	-	-	116	381	- 9	-	488	7	495
Gesamtergebnis der Periode	-	-	-	-	1.591	381	- 9	-	1.963	39	2.002
Ausschüttungen	-	-	-	-	- 564	-	-	-	- 564	- 29	- 593
Verkauf eigener Aktien	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Änderungen der Beteiligungsquote an Tochterunternehmen bei bestehender Kontrolle	-	-	-	-	- 34	-	-	-	- 34	- 11	- 45
Sonstige neutrale Veränderungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stand 30.9.2015	260	178	652	- 91	12.389	- 342	- 176	3	12.873	135	13.008

Konzernkapitalflussrechnung

in Mio Euro	3. Q/2014	3. Q/2015	1–9/2014	1–9/2015
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	603	666	1.800	2.029
Gezahlte Ertragsteuern	- 147	- 185	- 451	- 556
Abschreibungen / Wertminderungen (Impairment) und Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen ¹	99	115	295	339
Gewinne / Verluste aus Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen sowie aus Divestments	1	- 1	- 4	- 25
Veränderung der Vorräte	9	7	- 130	- 82
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	- 63	26	- 432	- 458
Veränderung sonstiger Vermögenswerte	64	45	- 4	- 10
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	79	31	80	110
Veränderung anderer Verbindlichkeiten und Rückstellungen	131	65	1	45
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	776	769	1.155	1.392
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen einschließlich geleisteter Anzahlungen	- 143	- 153	- 351	- 437
Investitionen in Tochterunternehmen und sonstige Geschäftseinheiten	-	- 236	- 349	- 286
Investitionen in „at-equity“ bilanzierte Beteiligungen und gemeinschaftlich geführte Unternehmen	-	-	-	- 6
Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	-	-	6	22
Erlöse aus der Veräußerung von Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	1	5	12	29
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 142	- 384	- 682	- 678
Dividenden Henkel AG & Co. KGaA	-	-	- 525	- 564
Dividenden an nicht beherrschende Anteilseigner	- 3	- 12	- 18	- 29
Erhaltene Zinsen	18	13	104	48
Gezahlte Zinsen	- 19	- 22	- 111	- 65
<i>Gezahlte und erhaltene Dividenden und Zinsen</i>	<i>- 4</i>	<i>- 21</i>	<i>- 550</i>	<i>- 610</i>
Tilgung von Anleihen	-	-	- 1.030	-
Sonstige Veränderung der Finanzschulden	- 622	- 266	61	- 38
Zuführungen an Pensionsfonds	- 45	- 12	- 73	- 44
Sonstige Veränderung Pensionsverpflichtungen	- 4	- 15	- 28	- 59
Auszahlungen für den Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen bei bestehender Kontrolle	-	-	- 8	- 52
Sonstige Finanzierungsvorgänge ²	284	- 86	1.270	104
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 391	- 400	- 358	- 699
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	243	- 15	115	15
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelfonds	46	- 39	35	23
Veränderung Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	289	- 54	150	38
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 1.7. / 1.1. ³	922	1.320	1.061	1.228
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.9.	1.211	1.266	1.211	1.266

¹ Davon: Wertminderungen (Impairment) im Dreivierteljahr 2015: 11 Mio Euro (im Dreivierteljahr 2014: 18 Mio Euro); im dritten Quartal 2015: 0 Mio Euro (im dritten Quartal 2014: 2 Mio Euro).

² Die Sonstigen Finanzierungsvorgänge enthalten Auszahlungen im Dreivierteljahr 2015 in Höhe von - 472 Mio Euro für den Erwerb kurzfristiger Wertpapiere und Terminanlagen sowie Stellung finanzieller Sicherheiten (im Dreivierteljahr 2014 sind Auszahlungen in Höhe von - 751 Mio Euro enthalten). Im dritten Quartal 2015 sind Auszahlungen in Höhe von - 182 Mio Euro enthalten (im dritten Quartal 2014: 0 Mio Euro).

³ Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 1.1.2014 enthalten Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 10 Mio Euro, die in der Bilanz als Zur Veräußerung gehalten ausgewiesen werden und zu einem Bilanzbestand von 1.051 Mio Euro führen.

Freiwillige Zusatzinformation: Überleitung zum Free Cashflow

in Mio Euro	3. Q/2014	3. Q/2015	1–9/2014	1–9/2015
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	776	769	1.155	1.392
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen einschließlich geleisteter Anzahlungen	- 143	- 153	- 351	- 437
Erlöse aus der Veräußerung von Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	1	5	12	29
Zinssaldo	- 1	- 9	- 7	- 17
Sonstige Veränderung Pensionsverpflichtungen	- 4	- 15	- 28	- 59
Free Cashflow	629	597	781	908

Ausgewählte Anhangangaben

Konzernsegmentberichterstattung nach Unternehmensbereichen¹

Drittes Quartal 2015	Laundry & Home Care	Beauty Care	Klebstoffe für Konsumenten, Handwerk und Bau	Industrieklebstoffe	Summe Adhesive Technologies	Summe operative Unternehmensbereiche	Corporate	Konzern
in Mio Euro								
Umsatz Juli–September 2015	1.314	964	509	1.771	2.279	4.557	33	4.590
Anteil am Konzernumsatz	29%	21%	11%	38%	49%	99%	1%	100%
Umsatz Juli–September 2014	1.188	918	516	1.584	2.100	4.206	30	4.236
Veränderung gegenüber Vorjahr	10,6%	5,0%	-1,5%	11,8%	8,5%	8,3%	10,9%	8,4%
bereinigt um Wechselkurseffekte	11,4%	2,6%	3,7%	4,8%	4,5%	6,0%	-	6,1%
organisch	5,5%	2,1%	3,7%	1,8%	2,3%	3,2%	-	3,2%
EBIT Juli–September 2015	211	142	87	280	367	720	-54	666
EBIT Juli–September 2014	171	98	88	266	354	623	-20	603
Veränderung gegenüber Vorjahr	23,0%	45,2%	-1,1%	5,3%	3,7%	15,5%	-	10,4%
Umsatzrendite (EBIT) Juli–September 2015	16,0%	14,7%	17,1%	15,8%	16,1%	15,8%	-	14,5%
Umsatzrendite (EBIT) Juli–September 2014	14,4%	10,6%	17,0%	16,8%	16,9%	14,8%	-	14,2%
Bereinigter EBIT Juli–September 2015	239	155	94	318	412	805	-27	778
Bereinigter EBIT Juli–September 2014	200	140	92	281	373	713	-20	693
Veränderung gegenüber Vorjahr	19,3%	10,7%	1,6%	13,2%	10,3%	12,9%	-	12,3%
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) Juli–September 2015	18,2%	16,1%	18,4%	18,0%	18,1%	17,7%	-	16,9%
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) Juli–September 2014	16,8%	15,2%	17,8%	17,8%	17,8%	17,0%	-	16,4%
Eingesetztes Kapital Juli–September 2015 ²	3.392	2.810	910	7.028	7.938	14.140	80	14.220
Eingesetztes Kapital Juli–September 2014 ²	2.451	2.496	879	5.953	6.832	11.779	30	11.810
Veränderung gegenüber Vorjahr	38,4%	12,6%	3,6%	18,1%	16,2%	20,0%	-	20,4%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Juli–September 2015	24,9%	20,2%	38,2%	16,0%	18,5%	20,4%	-	18,7%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Juli–September 2014	28,0%	15,7%	40,0%	17,9%	20,7%	21,2%	-	20,4%
Abschreibungen / Wertminderungen / Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte / Sachanlagen Juli–September 2015	29	20	11	51	62	111	4	115
Davon Wertminderungen (Impairment) 2015	-	-	-	-	-	-	-	-
Davon Zuschreibungen 2015	-	-	-	-	-	-	-	-
Abschreibungen / Wertminderungen / Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte / Sachanlagen Juli–September 2014	24	17	10	45	55	96	3	99
Davon Wertminderungen (Impairment) 2014	-	-	-	2	2	2	-	2
Davon Zuschreibungen 2014	-	-	-	-	-	-	-	-
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Juli–September 2015	58	77	-67	155	88	223	-4	219
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Juli–September 2014	56	20	21	31	52	128	9	137
Operatives Bruttovermögen Juli–September 2015 ³	5.564	4.018	1.475	8.485	9.960	19.543	426	19.969
Operative Verbindlichkeiten Juli–September 2015	1.975	1.395	606	1.931	2.538	5.908	346	6.254
Operatives Vermögen Juli–September 2015 ³	3.589	2.623	869	6.554	7.422	13.635	80	13.715
Operatives Bruttovermögen Juli–September 2014 ³	4.289	3.542	1.412	7.184	8.596	16.426	399	16.826
Operative Verbindlichkeiten Juli–September 2014	1.670	1.245	584	1.705	2.288	5.203	369	5.572
Operatives Vermögen Juli–September 2014 ³	2.619	2.297	828	5.479	6.307	11.223	30	11.253

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

² Mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten vor Verrechnung mit kumulierten Wertminderungen (Impairment) gemäß IFRS 3.79(b).

³ Mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten.

Konzernsegmentberichterstattung nach Unternehmensbereichen¹

Drvierteljahr 2015	Laundry & Home Care	Beauty Care	Klebstoffe für Konsumenten, Handwerk und Bau	Industrieklebstoffe	Summe Adhesive Technologies	Summe operative Unternehmensbereiche	Corporate	Konzern
in Mio Euro								
Umsatz Januar–September 2015	3.926	2.910	1.439	5.343	6.783	13.618	97	13.715
Anteil am Konzernumsatz	29%	21%	10%	39%	49%	99%	1%	100%
Umsatz Januar–September 2014	3.474	2.671	1.428	4.634	6.062	12.206	96	12.302
Veränderung gegenüber Vorjahr	13,0%	9,0%	0,8%	15,3%	11,9%	11,6%	0,8%	11,5%
bereinigt um Wechselkurseffekte	11,4%	4,6%	2,5%	5,0%	4,4%	6,4%	–	6,4%
organisch	5,0%	2,0%	2,5%	2,4%	2,4%	3,1%	–	3,1%
EBIT Januar–September 2015	600	433	217	884	1.100	2.134	– 105	2.029
EBIT Januar–September 2014	527	346	229	803	1.031	1.905	– 104	1.800
Veränderung gegenüber Vorjahr	13,8%	25,2%	– 5,2%	10,1%	6,7%	12,0%	–	12,7%
Umsatzrendite (EBIT) Januar–September 2015	15,3%	14,9%	15,1%	16,5%	16,2%	15,7%	–	14,8%
Umsatzrendite (EBIT) Januar–September 2014	15,2%	13,0%	16,0%	17,3%	17,0%	15,6%	–	14,6%
Bereinigter EBIT Januar–September 2015	685	471	224	939	1.163	2.319	– 67	2.253
Bereinigter EBIT Januar–September 2014	580	419	235	820	1.055	2.054	– 68	1.986
Veränderung gegenüber Vorjahr	18,2%	12,3%	– 4,5%	14,5%	10,3%	12,9%	–	13,4%
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) Januar–September 2015	17,5%	16,2%	15,6%	17,6%	17,2%	17,0%	–	16,4%
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) Januar–September 2014	16,7%	15,7%	16,5%	17,7%	17,4%	16,8%	–	16,1%
Eingesetztes Kapital Januar–September 2015²	3.606	2.729	913	7.050	7.963	14.299	96	14.395
Eingesetztes Kapital Januar–September 2014 ²	2.367	2.391	874	5.814	6.688	11.446	49	11.495
Veränderung gegenüber Vorjahr	52,4%	14,2%	4,5%	21,3%	19,1%	24,9%	–	25,2%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar–September 2015	22,2%	21,2%	31,7%	16,7%	18,4%	19,9%	–	18,8%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar–September 2014	29,7%	19,3%	34,9%	18,4%	20,6%	22,2%	–	20,9%
Abschreibungen / Wertminderungen / Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte / Sachanlagen Januar–September 2015	93	51	31	155	186	330	9	339
Davon Wertminderungen (Impairment) 2015	9	–	–	2	2	11	–	11
Davon Zuschreibungen 2015	1	–	–	–	–	1	–	1
Abschreibungen / Wertminderungen / Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte / Sachanlagen Januar–September 2014	83	45	30	128	158	286	9	295
Davon Wertminderungen (Impairment) 2014	16	–	–	2	2	18	–	18
Davon Zuschreibungen 2014	5	–	–	2	2	7	–	7
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar–September 2015	151	122	– 3	272	269	542	2	544
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar–September 2014	172	328	58	86	144	644	19	663
Operatives Bruttovermögen Januar–September 2015³	5.785	4.014	1.454	8.523	9.976	19.776	456	20.232
Operative Verbindlichkeiten Januar–September 2015	1.983	1.472	583	1.962	2.546	6.001	360	6.361
Operatives Vermögen Januar–September 2015³	3.803	2.542	871	6.560	7.431	13.775	96	13.871
Operatives Bruttovermögen Januar–September 2014 ³	4.178	3.482	1.382	7.009	8.390	16.050	399	16.448
Operative Verbindlichkeiten Januar–September 2014	1.646	1.293	561	1.663	2.224	5.163	350	5.513
Operatives Vermögen Januar–September 2014³	2.531	2.189	821	5.345	6.166	10.886	49	10.935

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.² Mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten vor Verrechnung mit kumulierten Wertminderungen (Impairment) gemäß IFRS 3.79(b).³ Mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten.

Ergebnis je Aktie

Bei der Berechnung des Ergebnisses je Aktie für den Zeitraum Januar bis September 2015 haben wir den für das Gesamtjahr satzungsmäßig festgelegten Dividendenabstand von 2 Eurocent zwischen Stamm- und Vorzugsaktien zeitanteilig eingerechnet.

Ergebnis je Aktie

		1–9/2014	1–9/2015
Drivierteljahresüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	in Mio Euro	1.330	1.475
Anzahl der im Umlauf befindlichen Stammaktien		259.795.875	259.795.875
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	in Euro	3,05	3,39
Anzahl der im Umlauf befindlichen Vorzugsaktien ¹		174.482.310	174.482.311
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	3,07	3,41
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	in Euro	3,05	3,39
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	3,07	3,41

¹ Gewichteter Durchschnitt der Vorzugsaktien.

Veränderungen im Bestand eigener Aktien

Der Bestand eigener Aktien belief sich zum 30. September 2015 unverändert auf 3.680.564 Stück Vorzugsaktien. Dies entspricht einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 3,7 Mio Euro (0,84 Prozent).

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Den Dreivierteljahresfinanzbericht und den Quartalsabschluss des Henkel-Konzerns haben wir gemäß Paragraf 37x Absatz 3 in Verbindung mit Paragraf 37w Absatz 2 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 2014 gültig waren, mit Ausnahme der Anwendung neuer Rechnungslegungsverlautbarungen im Geschäftsjahr 2015, wie wir sie im Geschäftsbericht 2014 auf der Seite 127 erläutern. Aus der Anwendung dieser Verlautbarungen ergeben sich keine wesentlichen Einflüsse auf die Darstellung des Dreivierteljahresfinanzberichts.

Um den Einblick in die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage weiter zu verbessern, sind in der Konzernbilanz, in der Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung, in der Konzern-Gesamtergebnisrechnung, in der Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung und in der Konzernkapitalflussrechnung Positionen weiter aufgegliedert worden.

IAS 34.4I 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 Dreivierteljahresfinanzbericht wurde einer Prüferischen Durchsicht unterzogen.

Konsolidierungskreis

In den Konsolidierungskreis zum 30. September 2015 sind neben der Henkel AG & Co. KGaA als oberstem Mutterunternehmen 9 inländische und 202 ausländische Gesellschaften einbezogen, bei denen die Henkel AG & Co. KGaA nach dem Kontrollkonzept beherrschenden Einfluss auf die Finanz- und Geschäftspolitik hat. Der Konzern beherrscht ein Unternehmen, wenn er schwankenden Renditen aus seinem Engagement bei dem Unternehmen ausgesetzt ist beziehungsweise Anrechte auf diese besitzt und die Fähigkeit hat, diese Renditen mittels seiner Verfügungsgewalt über das Unternehmen zu beeinflussen.

Im Vergleich zum 31. Dezember 2014 ergaben sich die in der folgenden Tabelle dargestellten Änderungen des Konsolidierungskreises:

Konsolidierungskreis

Stand 1. Januar 2015	206
Zugänge	8
Verschmelzungen	– 2
Abgänge	–
Stand 30. September 2015	212

Die Änderungen des Konsolidierungskreises haben die wesentlichen Konzernabschlussposten nicht nennenswert verändert.

Akquisitionen und Divestments

Mit Wirkung zum 11. Mai 2015 haben wir mit der Colgate-Palmolive Company eine Vereinbarung über den Kauf aller Waschmittelmarken sowie Waschhilfsmittel des Unternehmens in Australien, Neuseeland und auf Fidschi abgeschlossen. Diese Akquisition ist Teil unserer globalen Strategie, in reifen Märkten gezielt in attraktive Kategoriepositionen zu investieren. Den Kaufpreis in Höhe von 194 Mio Euro haben wir am 31. August 2015 aus Barmitteln gezahlt. Infolge der noch nicht erlangten Beherrschung über das erworbene Waschmittelgeschäft ist eine Konsolidierung entsprechend dem Standard IFRS 10 „Consolidated Financial Statements“ noch nicht erfolgt und wird für Dezember 2015 erwartet.

Mit Wirkung zum 1. Juni 2015 haben wir den Erwerb aller Anteile an der Novamelt GmbH, Wehr, Deutschland, abgeschlossen und unser Geschäft mit Haftschmelzklebstoffen im Unternehmensbereich Adhesive Technologies erweitert. Der vorläufige Kaufpreis betrug 48 Mio Euro und wurde aus Barmitteln finanziert. Ein vorläufiger Geschäftswert in Höhe von 29 Mio Euro wurde aktiviert. Die Zuordnung des Kaufpreises zu den erworbenen Vermögenswerten und Schulden entsprechend dem Standard IFRS 3 „Business combinations“ ist infolge des unterjährig abgeschlossenen Erwerbs noch nicht final abgeschlossen.

Mit Wirkung zum 16. Juli 2015 haben wir die Übernahme des Haarstyling-Geschäfts und der damit verbundenen Marken von Industrias Wet Line S.A. de C.V. in Lateinamerika abgeschlossen. Der Kaufpreis betrug 55 Mio Euro und wurde aus Barmitteln finanziert. Ein vorläufiger Geschäftswert in Höhe von 35 Mio Euro wurde aktiviert. Die Akquisition ist Ausdruck unserer Strategie, die Präsenz in unseren Wachstumsmärkten weiter zu stärken. Die Zuordnung des Kaufpreises zu den erworbenen Vermögenswerten und Schulden entsprechend dem Standard IFRS 3 „Business combinations“ ist infolge des unterjährig abgeschlossenen Erwerbs noch nicht final abgeschlossen.

Mit Wirkung zum 30. Januar 2015 haben wir in den USA das Geschäft mit chemischen Hilfsprodukten für die weiterverarbeitende Industrie im Unternehmensbereich Adhesive Technologies veräußert. Zum 31. Dezember 2014 waren diese Vermögenswerte in den Zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten ausgewiesen. Der Verkaufspreis betrug 29 Mio Euro.

Am 29. Mai 2015 haben wir 19 Mio Euro zum Erwerb von ausstehenden nicht beherrschenden Anteilen an der Henkel (Jiangsu) Auto Parts Co. Ltd., Danyang, China, aufgewandt und unseren Anteilsbesitz auf 100 Prozent erhöht.

Am 18. Juni 2015 haben wir 26 Mio Euro zum Erwerb von ausstehenden nicht beherrschenden Anteilen an der Henkel Chembond Surface Technologies Ltd., Navi Mumbai, Indien, aufgewandt und unseren Anteilsbesitz auf 100 Prozent erhöht.

Die Zuordnung der Kaufpreise zu den erworbenen Vermögenswerten und Schulden in Bezug auf die im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 120 genannten zwei wesentlichen Akquisitionen in den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Adhesive Technologies ist infolge der Erwerbe im Jahr 2014 noch nicht final abgeschlossen.

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

Auf die Bestandteile des Sonstigen Ergebnisses entfallen Steuer- aufwendungen auf die versicherungsmathematischen Gewinne in Höhe von 42 Mio Euro (30. September 2014: Steuererträge in Höhe von 140 Mio Euro) und Steuererträge aus Cashflow Hedges in Höhe von 2 Mio Euro (30. September 2014: 0 Mio Euro).

Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

Die Zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte sind im Vergleich zum 31. Dezember 2014 um 20 Mio Euro auf 11 Mio Euro zurückgegangen. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf die Veräußerung des Geschäfts mit chemischen Hilfsprodukten für die weiterverarbeitende Industrie im Unternehmensbereich Adhesive Technologies in den USA zurückzuführen. Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten bestanden nicht (31. Dezember 2014: 0 Mio Euro).

Finanzinstrumente

Finanzinstrumente, die den Bewertungskategorien „Zur Veräußerung verfügbar“ und „Zu Handelszwecken gehalten“ zugeordnet sind, werden grundsätzlich zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Als „Zur Veräußerung verfügbar“ werden die in den Sonstigen finanziellen Vermögenswerten ausgewiesenen sonstigen Wertpapiere und Terminanlagen sowie die nicht „at-equity“ bilanzierten Sonstigen Beteiligungen kategorisiert. In der Bewertungskategorie „Zu Handelszwecken gehalten“ werden lediglich die im Henkel-Konzern gehaltenen derivativen Finanzinstrumente ausgewiesen, die nicht in ein Hedge Accounting einbezogen sind.

Die folgende Hierarchie wird verwendet, um den beizulegenden Zeitwert von Finanzinstrumenten zu bestimmen und auszuweisen:

- Level 1: Beizulegende Zeitwerte, die auf Basis notierter, unangepasster Preise auf aktiven Märkten bestimmt werden.
- Level 2: Beizulegende Zeitwerte, die auf Basis von Parametern bestimmt werden, für die entweder direkt oder indirekt abgeleitete Preise auf einem Markt zur Verfügung stehen.
- Level 3: Beizulegende Zeitwerte, die mithilfe von Parametern bestimmt werden, bei denen die Inputfaktoren nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren.

Von den im Henkel-Konzern zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Wertpapieren und Terminanlagen der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ mit einem bilanzierten Marktwert von 87 Mio Euro (30. September 2014: 438 Mio Euro) werden 85 Mio Euro (30. September 2014: 400 Mio Euro) dem Level 1 zugeordnet. Der beizulegende Zeitwert der dem Level 1 zugeordneten gestellten finanziellen Sicherheiten der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ beläuft sich auf 331 Mio Euro (30. September 2014: 151 Mio Euro), wovon 329 Mio Euro (30. September 2014: 146 Mio Euro) saldiert wurden. Zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere und Terminanlagen der Kategorie „Fair Value Option“ bestanden nicht (30. September 2014: 580 Mio Euro; davon Level 1: 84 Mio Euro). Sämtliche derivativen Finanzinstrumente werden als Level 2 eingestuft. Die in den Sonstigen finanziellen Vermögenswerten ausgewiesenen derivativen Finanzinstrumente mit einem positiven Marktwert haben einen bilanzierten Marktwert in Höhe von 102 Mio Euro (30. September 2014: 167 Mio Euro). Bei den in den Sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten ausgewiesenen derivativen Finanzinstrumenten mit einem negativen Marktwert beträgt dieser 19 Mio Euro (30. September 2014: 40 Mio Euro).

Der Buchwert (einschließlich aufgelaufener Zinsen) der von Henkel begebenen und innerhalb der Finanzschulden ausgewiesenen Anleihe beträgt zum Bilanztag 1.366 Mio Euro. Der beizulegende Zeitwert beläuft sich auf 1.367 Mio Euro.

Der beizulegende Zeitwert der dem Level 1 zugeordneten Wertpapiere und Terminanlagen basiert auf Kursnotierungen zum Bilanzstichtag. Für die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts von Wertpapieren des Level 2 werden beobachtbare Marktdaten verwendet. Für Devisentermingeschäfte wird der beizulegende Zeitwert auf Basis der am Bilanztag geltenden aktuellen Referenzkurse der Europäischen Zentralbank unter Berücksichtigung von Terminaufschlägen und -abschlägen für die jeweilige Restlaufzeit des Kontrakts im Vergleich zum kontrahierten Devisenkurs ermittelt. Devisenoptionen werden mittels Kursnotierungen oder anerkannter Modelle zur Ermittlung von Optionspreisen bewertet. Die Bewertung der Zinssicherungsinstrumente erfolgt auf Basis abgezinsten,

zukünftig erwarteter Cashflows unter Zugrundelegung von Marktzinssätzen, die für die Restlaufzeit der Kontrakte gelten. Diese sind für die beiden wichtigsten Währungen in der folgenden Tabelle angegeben. Sie zeigt die jeweils zum 31. Dezember 2014 und 30. September 2015 am Interbankenmarkt quotierten Zinssätze.

Zinssätze in Prozent p. a.

zum 31.12. / 30.9. Laufzeiten	Euro		US-Dollar	
	2014	2015	2014	2015
1 Monat	0,02	-0,11	0,17	0,19
3 Monate	0,08	-0,04	0,26	0,33
6 Monate	0,17	0,03	0,36	0,53
1 Jahr	0,33	0,14	0,63	0,85
2 Jahre	0,18	0,05	0,88	0,75
5 Jahre	0,36	0,35	1,75	1,39
10 Jahre	0,81	0,96	2,27	2,00

Bei der Bewertung von Finanzderivaten zur Sicherung von Rohstoffpreisrisiken nutzen wir aufgrund ihrer Komplexität vornehmlich Simulationsmodelle, die von Börsennotierungen abgeleitet sind. Die Sicherstellung korrekter Bewertungen erfolgt durch regelmäßige Plausibilitätsprüfungen.

Bei der Bewertung der derivativen Finanzinstrumente wird das Ausfallrisiko des Vertragspartners durch eine Anpassung der Marktwerte auf der Basis von Kreditrisikoprämien berücksichtigt.

Risiken aus Rechtsstreitigkeiten

Wie berichtet, war Henkel neben anderen Konsumgüterherstellern und Handelsunternehmen in Verfahren verschiedener Kartellbehörden in Europa beteiligt (siehe Konzernanhang im Geschäftsbericht 2014, Seite 147). Das am 18. Dezember 2014 von der französischen Kartellbehörde festgelegte Bußgeld in Höhe von 109 Mio. Euro haben wir am 15. Mai 2015 vorläufig bezahlt. Eine Entscheidung über die von uns eingelegten Rechtsmittel hinsichtlich der Höhe des Bußgelds steht noch aus. Im Kartellverfahren in Belgien wurde eine abschließende Einigung mit der belgischen Kartellbehörde erzielt. Henkel hat in diesem Zusammenhang am 15. Juli 2015 eine Zahlung in Höhe von rund 6 Mio Euro geleistet.

Die für zivilrechtliche Auseinandersetzungen mit Kunden gebildeten Rückstellungen wurden zum Teil in Anspruch genommen. Weitergehende Angaben zu den Verfahren und den damit für Henkel verbundenen Risiken werden gemäß IAS 37.92 nicht gemacht, um das Ergebnis der Verfahren nicht zu beeinträchtigen.

Haftungsverhältnisse

Zum 30. September 2015 betragen die Verbindlichkeiten aus Bürgschaften, Wechsel- und Scheckbürgschaften sowie Gewährleistungsverträgen insgesamt 4 Mio Euro. Am 31. Dezember 2014 hatten Verbindlichkeiten von 4 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. September 2015 wie folgt dar:

Operating-Leasingverpflichtungen

in Mio Euro	31.12.2014	30.9.2015
Fälligkeit im Folgejahr	67	69
Fälligkeit zwischen 1 bis 5 Jahren	135	137
Fälligkeit über 5 Jahre	24	19
Gesamt	226	225

Stimmrechtsmitteilungen, Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Der Gesellschaft ist mitgeteilt worden, dass der Stimmrechtsanteil der Mitglieder des Aktienbindungsvertrags der Familie Henkel zum 3. November 2014 insgesamt 60,84 Prozent der Stimmrechte (158.048.919 Stimmen) an der Henkel AG & Co. KGaA beträgt.

Erläuterungen zur Konzernsegmentberichterstattung

Im Vergleich zum Konzernabschluss 31. Dezember 2014 haben sich keine Unterschiede in der Segmentierungsgrundlage sowie bei der Darstellung der Segmentergebnisse ergeben. Die Definition des operativen Vermögens und des eingesetzten Kapitals sowie der Kennzahl ROCE finden Sie im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 169 sowie auf Seite 190.

Erläuterungen zur Konzernkapitalflussrechnung

Die wesentlichen Posten der Konzernkapitalflussrechnung und deren Veränderungen erläutern wir auf der Seite 21. Die Sonstige Veränderung der Finanzschulden enthält eine Vielzahl von Zahlungsmittelzuflüssen und -abflüssen insbesondere aus der Aufnahme und Tilgung von Commercial Paper sowie kurzfristiger Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Von der gezahlten Dividende an die Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA in Höhe von 564 Mio Euro entfallen 335 Mio Euro auf Stammaktien sowie 229 Mio Euro auf Vorzugsaktien.

Düsseldorf, 29. Oktober 2015

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

Der Vorstand
Kasper Rorsted,
Jan-Dirk Auris, Carsten Knobel, Kathrin Menges,
Bruno Piacenza, Hans Van Bylen

Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht

An die Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf:

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Konzernbilanz, Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzernkapitalflussrechnung sowie ausgewählten Anhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht (Seiten 6 bis 25) der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, für den Zeitraum vom 1. Januar 2015 bis 30. September 2015, die Bestandteile des Quartalsfinanzberichts nach Paragraf 37x Absatz 3 in Verbindung mit Paragraf 37w Absatz 2 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 29. Oktober 2015

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Prof. Dr. Kai C. Andrejewski
Wirtschaftsprüfer

Simone Fischer
Wirtschaftsprüferin

Bericht des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats

In der Sitzung am 29. Oktober 2015 wurden dem Prüfungsausschuss der Konzernzwischenfinanzbericht für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2015 sowie der Bericht der KPMG AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, über die Prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und Konzernzwischenlageberichts vorgelegt sowie durch den Vorstand und die KPMG erläutert. Der Prüfungsausschuss stimmte dem Konzernzwischenfinanzbericht zu.

Düsseldorf, 29. Oktober 2015

Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses
Prof. Dr. Theo Siegert

Mehrjahresübersicht

Drittes Quartal 2011 bis 2015

in Mio Euro	2011	2012	2013	2014	2015
Umsatz	4.028	4.294	4.184	4.236	4.590
Laundry & Home Care	1.110	1.194	1.167	1.188	1.314
Beauty Care	860	908	886	918	964
Adhesive Technologies	2.020	2.153	2.095	2.100	2.279
Bereinigtes ¹ betriebliches Ergebnis (EBIT)	541	631	672	693	778
Bereinigtes ¹ Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,85	0,97	1,10	1,17	1,30

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Dreivierteljahr 2011 bis 2015

in Mio Euro	2011	2012	2013	2014	2015
Umsatz	11.804	12.508	12.503	12.302	13.715
Laundry & Home Care	3.258	3.448	3.531	3.474	3.926
Beauty Care	2.562	2.690	2.683	2.671	2.910
Adhesive Technologies	5.867	6.252	6.177	6.062	6.783
Bereinigtes ¹ betriebliches Ergebnis (EBIT)	1.528	1.791	1.932	1.986	2.253
Bereinigtes ¹ Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	2,37	2,78	3,13	3,37	3,77

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Impressum

Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA
40191 Düsseldorf
Telefon: +49 (0) 211 / 797-0

© 2015 Henkel AG & Co. KGaA

Redaktion: Corporate Communications, Investor Relations,
Corporate Accounting

Koordination: Renata Casaro, Dr. Hannes Schollenberger,
Wolfgang Zengerling

Design und Realisierung:

mpm Corporate Communication Solutions, Mainz

Fotos: Claudia Kempf, Nils Hendrik Müller; Henkel

Lektorat: Thomas Krause, Krefeld

Druck: Druckpartner, Essen

Veröffentlichungsdatum dieses Berichts: 11. November 2015



Der Quartals- und Dreivierteljahresfinanzbericht ist gedruckt auf Galaxi Keramik FSC. Das Papier ist aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff. Es ist nach den Regeln des Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert und kontrolliert. Die Druckfarben enthalten keine Schwermetalle.

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

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich bei den in dieser Publikation genannten Zeichen um eingetragene Marken der Henkel-Gruppe mit Schutz in Deutschland und in anderen Ländern.

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.

Kontakte

Corporate Communications

Telefon: +49 (0) 211 / 797-35 33

Fax: +49 (0) 211 / 798-24 84

E-Mail: corporate.communications@henkel.com

Investor Relations

Telefon: +49 (0) 211 / 797-39 37

Fax: +49 (0) 211 / 798-28 63

E-Mail: investor.relations@henkel.com

Finanzkalender

**Veröffentlichung des Berichts
über das Geschäftsjahr 2015:**

Donnerstag, 25. Februar 2016

**Hauptversammlung der
Henkel AG & Co. KGaA 2016:**

Montag, 11. April 2016

**Veröffentlichung des Berichts
über das erste Quartal 2016:**

Donnerstag, 19. Mai 2016

**Veröffentlichung des Berichts
über das zweite Quartal 2016 / erste Halbjahr 2016:**

Donnerstag, 11. August 2016

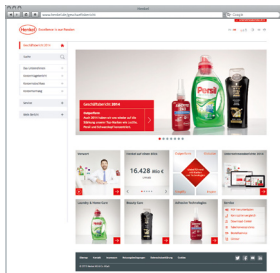
**Veröffentlichung des Berichts
über das dritte Quartal 2016 / Dreivierteljahr 2016:**

Dienstag, 8. November 2016

**Alle aktuellen Zahlen und Angaben zum
Unternehmen im Internet:**

 www.henkel.de

Die Quartalsfinanzberichte sind auch in unserer Henkel App veröffentlicht.



www.henkel.de/geschaeftsbericht



www.henkel.de/nachhaltigkeitsbericht



Henkel App verfügbar
für iOS und Android:



Henkel in Social Media:



www.facebook.com/henkeldeutschland

www.twitter.com/henkel_de

www.youtube.com/henkel