

Investor Relations News

16. November 2012

Outperform – Globalize – Simplify – Inspire

Henkel stellt Wachstumsstrategie und Finanzziele bis 2016 vor

- **Starkes Potenzial für beschleunigtes Wachstum und steigende Profitabilität in allen drei Unternehmensbereichen**
- **Finanzziele 2016*:**
 - 20 Mrd. Euro Umsatz
 - 10 Mrd. Euro Umsatz in Wachstumsregionen
 - 10 Prozent EPS-Wachstum (CAGR) **
- **Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit:**
Fokus auf Marken, Innovationen und Kunden
- **Ausbau der Geschäfte in Wachstumsmärkten, Ausschöpfen der starken Positionen in reifen Märkten**
- **Anstieg der Sachinvestitionen um mehr als 40% auf insgesamt 2 Mrd. Euro**
- **Weitere Anpassung und Vereinfachung von Prozessen und Strukturen**
- **Stärkung globales Team: Leadership, Talents & Performance, Diversity**

London/Düsseldorf – Henkel hat heute seine zukünftige strategische Ausrichtung und die neuen Finanzziele bis zum Jahr 2016 vorgestellt. Gleichzeitig wurde die Prognose für das Geschäftsjahr 2012 auf Basis der sehr guten Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten nochmals bestätigt.

* Einschließlich fortwährender Portfolio-Optimierung (ohne größere Akquisitionen & Divestments)

** Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie, Compound Annual Growth Rate

„Mit dieser neuen Strategie werden wir auf Grundlage unserer Unternehmenswerte die erfolgreiche Entwicklung von Henkel in den kommenden Jahren fortführen – mit dem klaren langfristigen Ziel, mit unseren Marken und Technologien global führend zu sein“, erklärte Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands von Henkel. „Wir wollen uns als globales Unternehmen mit vereinfachten Abläufen und einem begeisterten Team besser als unser Wettbewerb entwickeln – das ist der Kern unserer neuen Strategie. Wir werden weiteres profitables Wachstum in allen drei Unternehmensbereichen schaffen. Wir legen einen besonderen Schwerpunkt auf die Entwicklung unserer Kern- und Wachstumskategorien und den Ausbau unserer Geschäfte in den Wachstumsregionen. Gleichzeitig werden wir weiterhin unsere Strukturen permanent anpassen und das globale Team stärken.“

Die neue Strategie knüpft an die erfolgreiche Umsetzung der 2008 definierten strategischen Prioritäten für den Zeitraum bis 2012 an. Grundlage der Strategie bis 2016 war eine eingehende **Analyse der wesentlichen langfristigen Markttrends**. Auf Basis dieser Trends wurde überprüft, wie die bestehenden Portfolios der drei Geschäftsbereiche positioniert sind, um in ihren jeweiligen Märkten weiter erfolgreich und profitabel zu wachsen.

Henkel hat für **alle Unternehmensbereiche beträchtliches Potenzial für beschleunigtes Wachstum und steigende Profitabilität** identifiziert. Das Unternehmen wird seine Investitionen erhöhen und die **Sachinvestitionen** (Capex) bis 2016 um mehr als 40 Prozent auf insgesamt rund 2 Mrd. Euro anheben.

Finanzziele 2016

Bis **2016** will Henkel seinen **Umsatz auf 20 Mrd. Euro** steigern, davon sollen **10 Mrd. Euro in den Wachstumsmärkten** erzielt werden. Für das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)** strebt Henkel bis 2016 im Durchschnitt ein jährliches Wachstum (Compound Annual Growth Rate) von **10 Prozent** an.

Diese Finanzziele schließen eine aktive **Portfolio-Optimierung** ein, d.h. kleinere und mittlere Akquisitionen sowie Divestments oder die Einstellung von nicht-strategischen Aktivitäten (mit einem Gesamtvolumen von derzeit rund 500 Millionen Euro). Eventuelle größere Akquisitionen oder Divestments sind in den Finanzzielen nicht berücksichtigt.

Henkel wird zudem weiterhin einen Fokus darauf setzen, einen starken Cashflow zu generieren. Dazu soll das **Netto-Umlaufvermögen** bis 2016 auf einen Wert von rund 5 Prozent vom Umsatz weiter reduziert werden.

Neue strategische Prioritäten im Überblick

1. Outperform: Ausschöpfen des Potenzials in Kategorien

Henkel wird sein volles Potenzial in Kategorien durch aktives **Portfoliomanagement**, die Stärkung seiner **Top-Marken**, die Markteinführung leistungsstarker **Innovationen** und den Fokus auf **Kunden und Konsumenten** ausschöpfen.

In seinen **Kernkategorien** wird Henkel weiterhin in die Stärkung und den Ausbau seiner führenden Positionen investieren. In den **Wachstumskategorien** sollen diese Investitionen ein überproportionales Wachstum bestehender und neuer Segmente vorantreiben. In den **Kategorien mit hoher Wertschöpfung** werden diese Investitionen auf die Maximierung des Gewinnpotenzials ausgerichtet sein. Henkel wird sich auf seine starken Marken fokussieren: Bis 2016 sollen die **Top 10-Marken** rund 60 Prozent des Gesamtumsatzes erzielen (2012: rund 46 Prozent).

Um seine Innovationsfähigkeit noch stärker an seiner wachsenden Kundenbasis in den Wachstumsregionen auszurichten, wird Henkel sieben neue F&E Standorte in Pune (Indien), Seoul (Korea), Dubai, Moskau (Russland), Johannesburg (Südafrika), São Paulo (Brasilien) und Toluca (Mexiko) errichten.

2. Globalize: Fokus auf Regionen mit hohem Potenzial

In den **reifen Märkten** wird Henkel weiter seine Stärken nutzen und durch erhöhte Investitionen in seine Marken und einen anhaltenden Kostenfokus profitables Wachstum erzielen. Bis 2016 will das Unternehmen noch mehr Top-Positionen einnehmen und die Profitabilität erhöhen.

In den **Wachstumsregionen** wird Henkel seine bestehenden Kategoriepositionen ausbauen und das Wachstum in Ländern beschleunigen, in denen es bereits jetzt stark präsent ist. Außerdem plant Henkel den selektiven Eintritt in neue Länder. Bis 2016 sollen unter Henkels 20 umsatzstärksten Ländern 12 aus den Wachstumsregionen sein.

3. Simplify: Operational Excellence vorantreiben

Henkel wird seine **Operational Excellence** kontinuierlich **verbessern**, indem es seine Prozesse schneller, standardisierter und digitaler macht, die Kosteneffizienz vorantreibt und die Verwaltungskosten reduziert.

Um die globale Abdeckung durch seine **Shared Services Center** auszubauen, wird Henkel wesentliche Investitionen vornehmen und plant zusätzlich zu seinen bestehenden vier Centern die Errichtung von zwei weiteren Centern, eins für den arabisch sprechenden Raum und eins für den Großraum China/Nordost-Asien. Die Zahl der Mitarbeiter in den Shared Services soll auf über 3.000 steigen. Ein **stärkerer IT-Fokus** ist für die weitere Effizienzsteigerung der Geschäftsprozesse von großer Bedeutung. Henkel wird eine integrierte globale IT-Plattform nutzen, unterstützt durch zusätzliche IT-Investitionen in Höhe von 140 Millionen Euro bis 2016. Henkel wird seine Effizienz auch dadurch steigern, dass das Unternehmen den Einkauf künftig über globale Zentren steuert, den elektronisch basierten Einkauf ausbaut und bis 2016 weltweit die Zahl der Lieferanten um rund 40 Prozent reduziert.

Da Henkel seine Strukturen laufend an die sich verändernden Marktbedingungen anpasst, wird das Unternehmen seine **globalen Produktionsstandorte** kontinuierlich **optimieren**.

4. Inspire: Stärkung unseres globalen Teams

Um sein globales Team zu stärken, wird Henkel sich auf drei Bereiche konzentrieren: **Leadership, Talents & Performance** und **Diversity**.

Im Rahmen der Entwicklung einer starken Führungsmannschaft wird Henkel seine Trainings- und Förderprogramme, wie zum Beispiel das mit der Harvard Business School entwickelte Executive Resource-Programm, weiter ausbauen. Die Positionierung von Henkel als bevorzugter Arbeitgeber soll weiter gestärkt und attraktive, leistungsbezogene Vergütungssysteme angeboten werden, um weltweit **talentierete Nachwuchskräfte zu gewinnen und im Unternehmen zu halten**. Der überarbeitete Long-Term-Incentive Plan ist konsequent auf die neuen Finanzziele 2016 ausgerichtet. Da eine vielfältige Mitarbeiterstruktur mit unterschiedlichen kulturellen und beruflichen Hintergründen für Henkel einen Wettbewerbsvorteil darstellt, fördert das Unternehmen den Bereich Diversity durch ein aktives Management der Dimensionen Nationalität, Alter und Geschlecht. Mit rund 30 Prozent Frauen im Management hat Henkel bereits eine führende Position inne und strebt an, diesen Anteil um 1 bis 2 Prozentpunkte im Jahr zu erhöhen.

Langfristige Nachhaltigkeitsstrategie bis 2030

Bereits Anfang 2012 hatte Henkel seine langfristige Nachhaltigkeitsstrategie bis zum Jahr 2030 vorgestellt, die eine Verdreifachung der Ressourceneffizienz vorsieht. Dabei wurden auch konkrete Zwischenziele in Fünf-Jahres-Intervallen definiert.

Henkel ist weltweit mit führenden Marken und Technologien in den drei Geschäftsfeldern Laundry & Home Care, Beauty Care und Adhesive Technologies (Klebstoff-Technologien) tätig. Das 1876 gegründete Unternehmen hält mit rund 47.000 Mitarbeitern und bekannten Marken wie Persil, Schwarzkopf oder Loctite global führende Marktpositionen im Konsumenten- und im Industriegeschäft. Im Geschäftsjahr 2011 erzielte Henkel einen Umsatz von 15.605 Mio. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 2.029 Mio. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert.

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, wie z.B. 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.

Kontakt:

Henkel AG & Co. KGaA

Investor Relations

☎ +49 2 11-7 97 39 37

Fax: +49-2 11-7 98 28 63

investor.relations@henkel.com