



Statement Kasper Rorsted
Vorsitzender des Vorstands
Conference-Call
6. Mai 2009, 10.00 Uhr

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserem Conference Call.

Wie Sie wissen, haben wir bereits am 8. April vorläufige Zahlen zum ersten Quartal 2009 veröffentlicht.

Heute möchte ich Ihnen einen genaueren Überblick über dieses Quartal geben. Und ich werde über unsere Erwartungen für das Gesamtjahr sprechen. Danach werden unser Finanzvorstand, Lothar Steinebach, und ich gerne Ihre Fragen beantworten.

Meine Damen und Herren,

das aktuelle wirtschaftliche Umfeld ist alles andere als gut. Und auch bei uns hat sich die schwierige Lage der Weltwirtschaft bemerkbar gemacht.

Dabei haben sich unsere Geschäfte im ersten Quartal sehr unterschiedlich entwickelt.

Die Bereiche Wasch- und Reinigungsmittel und Kosmetik/Körperpflege – also rund 50 Prozent unseres Gesamtgeschäfts – entwickelten sich weiterhin sehr gut. Dagegen wurden der Umsatz und das betriebliche Ergebnis im Unternehmensbereich Adhesive



Technologies von der weltweit schwierigen Situation wichtiger Abnehmerindustrien beeinflusst.

Wir spürten das besonders im Bereich der Automobil- und Elektronik- sowie der metallverarbeitenden Industrie.

Damit möchte ich nun konkret auf die Zahlen des ersten Quartals eingehen.

Insgesamt haben die Auswirkungen der globalen Wirtschaftskrise bei uns im ersten Quartal 2009 zu einem organischen Umsatzrückgang von sieben Prozent geführt.

Dagegen stieg der Umsatz insgesamt um 3,1 Prozent auf rund 3,26 Milliarden Euro.

Dieser Anstieg ist jedoch vor allem auf die Akquisition der National Starch-Geschäfte im April 2008 zurückzuführen.

Das betriebliche Ergebnis ging von 320 Millionen Euro auf 218 Millionen Euro zurück. Wobei dieser Rückgang beim EBIT maßgeblich durch die Entwicklung unseres Klebstoff-Geschäfts begründet ist.

Bereinigt um Restrukturierungsaufwendungen und einmalige Aufwendungen und Erträge ging das bereinigte betriebliche Ergebnis von 318 Millionen Euro auf 235 Millionen Euro zurück.

Der Quartalsüberschuss reduzierte sich aufgrund des niedrigeren EBIT von 223 Millionen Euro auf 121 Millionen Euro.



Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter betrug 130 Millionen Euro, gegenüber 218 Millionen Euro im Vorjahresquartal.

Das Ergebnis je Vorzugsaktie reduzierte sich von 51 Cent auf 28 Cent. Bereinigt lag es bei 31 Cent gegenüber 51 Cent im Vorjahresquartal.

Wie sah nun die Entwicklung in den Unternehmensbereichen aus?

Wie schon angesprochen, hatten wir mit unseren Bereichen Wasch-/Reinigungsmittel und Kosmetik/Körperpflege einen erfolgreichen Start ins Jahr 2009.

Dabei erzielten wir mit Wasch-/Reinigungsmitteln im ersten Quartal bei einem Umsatz von 1.013 Millionen Euro ein organisches Umsatzwachstum von 0,4 Prozent. Das Wachstum wurde dabei insbesondere von der guten Entwicklung in unseren Wachstumsregionen getragen.

Das betriebliche Ergebnis steigerten wir um rund 8 Prozent auf 107 Millionen Euro. Damit bestätigte sich die positive Entwicklung, die bereits im vierten Quartal 2008 begonnen hatte.

Hierzu trugen sowohl die erfolgreichen Maßnahmen zur Steigerung der Effizienz als auch Preisanpassungen bei.

Der Bereich Kosmetik/Körperpflege konnte ein eindrucksvolles erstes Quartal verzeichnen. Mit einem organischen Umsatzwachstum von 3,5 Prozent haben wir den positiven Trend der letzten Jahre fortgesetzt.

Nominal stieg der Umsatz um 1,7 Prozent auf 720 Millionen Euro.



Dabei blieb das Wachstum insbesondere in Osteuropa, Asien und Lateinamerika weiter stark. Aber auch in den reifen Märkten entwickelten sich unsere Geschäfte besser als die relevanten Märkte.

Überdurchschnittlich entwickelten sich auch unsere Top 3 Marken in diesem Bereich – Schwarzkopf, Fa und Dial. Sie wuchsen organisch um über 5 Prozent.

Das operative Ergebnis steigerten wir um rund 4 Prozent auf 91 Millionen Euro.

Anders sah es im Unternehmensbereich Adhesive Technologies aus. Zwar stieg der Umsatz um knapp 8 Prozent auf 1.469 Millionen Euro. Dies allerdings nur aufgrund der Akquisition der National Starch-Geschäfte. Organisch blieb der Umsatz um 18,2 Prozent unter dem Wert des Vorjahresquartals.

Das betriebliche Ergebnis ging von 150 Millionen Euro auf 47 Millionen Euro zurück.

Der Rückgang ist insbesondere auf die niedrigere Auslastung unserer Anlagen zurückzuführen. Und das ist wiederum eine Folge der starken Mengenrückgänge. Diese Entwicklung wurde durch den Lagerabbau bei vielen unserer Kunden verstärkt.

Bei der Betrachtung der Zahlen für das erste Quartal sollten wir aber eines nicht vergessen:

Wir haben in einer sehr schwierigen Zeit ein positives Quartalsergebnis erzielt. Das ist bei vielen anderen Unternehmen nicht der Fall.



Gelungen ist uns das, weil wir sehr frühzeitig auf die konjunkturelle Eintrübung reagiert haben.

Wir haben zahlreiche bereichsübergreifende Projekte auf den Weg gebracht, um unsere Prozesse und Strukturen zu verbessern.

Die Umsetzung unseres Effizienzsteigerungsprogramms und die Integration der National Starch-Geschäfte laufen weiterhin gut und schneller als ursprünglich geplant.

So konnten wir aus dem Programm zur Effizienzsteigerung bereits im ersten Quartal Einsparungen in Höhe von 27 Millionen Euro realisieren. Für das Gesamtjahr erwarten wir weiterhin rund 100 Millionen Euro.

Die Synergien aus der Integration der National Starch-Geschäfte brachten im ersten Quartal Einsparungen von 30 Millionen Euro. Insgesamt erwarten wir hier im laufenden Jahr Synergien in Höhe von rund 125 Millionen Euro.

Die Einsparungen werden unser Ergebnis in diesem schwierigen Jahr stützen.

Eine zentrale Säule unseres zukünftigen Erfolgs sehen wir in unserer strategischen Ausrichtung.

Es ist unsere feste Überzeugung, dass das Potenzial, das in diesem Unternehmen und seinen Mitarbeitern steckt, sehr groß ist. Und wir wissen, was wir besser, effizienter und damit noch erfolgreicher machen können.



Um das zu erreichen, haben wir für Henkel drei klare strategische Prioritäten definiert, die wir schnell und konsequent umsetzen:

- Das Ausschöpfen unseres vollen Geschäftspotenzials
- Die stärkere Konzentration auf unsere Kunden
- Die Stärkung unseres globalen Teams

Auch im abgelaufenen Quartal sind wir dabei gut vorangekommen.

Ein aktuelles Thema möchte ich an dieser Stelle noch erwähnen.

Im Juli 2008 hatten wir angekündigt, unseren Standort Genthin aufgeben zu wollen. Unsere Produktion von Flüssigwaschmitteln in Deutschland soll – vor allem aufgrund logistischer Vorteile – am Standort Düsseldorf zusammengelegt werden.

Fast ein Jahr lang haben wir uns intensiv bemüht, Perspektiven für alle betroffenen Mitarbeiter zu entwickeln. Mit dem Ziel, für möglichst viele Mitarbeiter die Beschäftigung zu erhalten.

Seit Montag der letzten Woche steht nun fest: Es ist uns gelungen.

Ende April haben wir mit vier Unternehmen Verträge geschlossen, die Beschäftigung und Arbeitsplätze in Genthin sichern. Das haben wir versprochen und wir haben Wort gehalten. Und das, obwohl es nicht leicht ist, im aktuellen wirtschaftlichen Umfeld Investoren zu finden.

Damit komme ich zum Ausblick für das Gesamtjahr 2009.



Die schwierigen Marktbedingungen werden auch im weiteren Verlauf des Jahres 2009 Bestand haben. Das unterstreichen die aktuellen Prognosen aller Experten.

2009 wird aber kein verlorenes Jahr werden. Denn wir haben uns vorbereitet:

- Henkel profitiert in diesen Zeiten davon, dass immer mehr Kunden ihre Lieferanten sehr genau prüfen und dabei auf Unternehmen vertrauen, die auch in Krisenzeiten ein zuverlässiger Partner sind. Das ist Henkel.
- Auch auf der Kostenseite ist Henkel gut aufgestellt. Vor allem durch die genannten Einsparungen aus unserem Programm zur Effizienzsteigerung und den Synergien aus der Integration der National Starch-Geschäfte.
- Dazu kommen gezielte Initiativen im Bereich Adhesive Technologies, mit denen Henkel weitere Einsparungen erzielen will.
- Auch unsere Kapazitäten passen wir konsequent, aber mit Augenmaß und verantwortungsvoll der Nachfrage an. Sollte es erforderlich sein, werden wir weiterhin alle uns zur Verfügung stehenden Instrumente flexibel einsetzen.
- Ergänzt werden die Maßnahmen durch eine zurückhaltende Position bei Neueinstellungen und Gehaltsentwicklungen.

Damit komme ich zu unseren Zielen für 2009.

Wir sind zuversichtlich, dass wir uns beim organischen Wachstum erneut besser als unsere Märkte entwickeln werden.



Wir erwarten positive Impulse von den bereits eingeleiteten Maßnahmen. Dazu kommt eine Entspannung bei den Rohstoffpreisen.

Zusammen wird das die Entwicklung unseres betrieblichen Ergebnisses und des Ergebnisses je Vorzugsaktie stützen.

Sobald für unsere Märkte tragfähige Annahmen vorliegen, werden wir natürlich quantifizierte Aussagen für das Gesamtjahr 2009 kommunizieren.

Für das zweite Quartal 2009 erwarten wir für unsere Konsumentengeschäfte eine Fortsetzung der starken Entwicklung des ersten Quartals. Für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies gehen wir von einer leichten Verbesserung im Vergleich zum ersten Quartal 2009 aus.

Soweit meine Anmerkungen zum ersten Quartal 2009. Lassen Sie mich zusammenfassen:

Auch wenn wir uns im Vergleich gut geschlagen haben, können wir mit dem Start in ein schwieriges und von der Weltwirtschaftskrise gezeichnetes Jahr 2009 nicht zufrieden sein.

Wir haben die notwendigen Maßnahmen eingeleitet und verfügen über die notwendige Finanzkraft, um gestärkt aus dem derzeit schwierigen Umfeld hervorzugehen.

So sind wir weiterhin der festen Überzeugung, dass 2009 kein verlorenes Jahr sein wird, sondern eine wichtige Etappe zur Erreichung unserer langfristigen Ziele.



Meine sehr geehrten Damen und Herren,
ich bin damit am Ende meiner Ausführungen angelangt.

Herr Steinebach und ich beantworten Ihnen jetzt gerne Ihre Fragen.

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.