



## Investor Relations News

Düsseldorf, 2. Mai 2007

Kräftiges Umsatzplus im ersten Quartal

# Henkel erfolgreich gestartet

- Umsatz um 6,2 Prozent auf 3.237 Mio. Euro gesteigert
- Starkes organisches Umsatzwachstum von 9,1 Prozent
- Betriebliches Ergebnis (EBIT) um 9,2 Prozent auf 323 Mio. Euro erhöht
- Quartalsüberschuss um 13,5 Prozent auf 210 Mio. Euro gesteigert

„Der Start in das neue Geschäftsjahr war für uns sehr erfolgreich. Besonders erfreulich ist das erneut starke organische Umsatzwachstum, zu dem alle Unternehmensbereiche beigetragen haben“, erklärt Prof. Dr. Ulrich Lehner, Vorsitzender der Geschäftsführung der Henkel KGaA. „In unseren Wachstumsregionen sind wir weiter dynamisch gewachsen, aber auch das Geschäft in Westeuropa einschließlich Deutschland entwickelte sich gut. Dazu trug erneut die Einführung neuer, innovativer Produkte bei.“

Düsseldorf – Henkel hat im ersten Quartal 2007 den **Umsatz** um 6,2 Prozent auf 3.237 Mio. Euro gesteigert. Zu dieser Entwicklung haben alle Unternehmensbereiche beigetragen. **Organisch**, das heißt, bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments Einflüsse, stieg der Umsatz sogar um 9,1 Prozent. Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel erzielte ein sehr hohes organisches Wachstum von 11,9 Prozent, das vor allem auf einer Vielzahl von Aktivitäten zum 100-jährigen Jubiläum von Persil beruht. Der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege wuchs um erfreuliche 6,4 Prozent. Am stärksten entwickelte sich der Unternehmensbereich Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker mit einem



Anstieg von 12,3 Prozent. Hierzu trug auch die für den Bausektor günstige Witterung in Europa bei. Henkel Technologies erzielte ein organisches Wachstum von 7,5 Prozent.

Das **betriebliche Ergebnis (EBIT)** wurde stärker als der Umsatz um 9,2 Prozent auf 323 Mio. Euro gesteigert, wozu alle Unternehmensbereiche beigetragen haben. Bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Wachstum sogar 12,4 Prozent.

Die **Umsatzrendite (EBIT)** lag mit 10,0 Prozent um 0,3 Prozentpunkte über dem Niveau des Vorjahresquartals. Die **Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)** verbesserte sich weiter um 1,5 Prozentpunkte auf 14,6 Prozent. Das Beteiligungsergebnis erhöhte sich um 6 Mio. Euro auf 19 Mio. Euro. Das Vorjahresquartal war belastet durch die Wertminderung der mittlerweile verkauften Beteiligung an der Lion Corporation, Japan. Das Zinsergebnis verminderte sich um 2 Mio. Euro auf -49 Mio. Euro. Insgesamt verbesserte sich das **Finanzergebnis** damit um 4 Mio. Euro von -34 Mio. Euro auf -30 Mio. Euro. Die **Steuerquote** lag mit 28,3 Prozent leicht unter dem Niveau des Vorjahres, in dem auch die Steuern enthalten waren, die auf den Verkauf des Nahrungsmittelgeschäfts von Dial entfielen.

Der **Quartalsüberschuss** stieg um 13,5 Prozent auf 210 Mio. Euro. Nach Anteilen anderer Gesellschafter in Höhe von 5 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 205 Mio. Euro (+13,3 Prozent). Das **Ergebnis je Vorzugsaktie** erhöhte sich um 12,6 Prozent auf 1,43 Euro.

### **Entwicklung der Unternehmensbereiche**

Der Umsatz im Unternehmensbereich **Wasch-/Reinigungsmittel** wurde, trotz des Verkaufs des Dial-Nahrungsmittelgeschäfts, gegenüber dem Vorjahresquartal deutlich um 6,0 Prozent auf 1.069 Mio. Euro gesteigert. Das organische Wachstum betrug sehr starke 11,9 Prozent. Ein überdurchschnittliches Wachstum konnte in der Region Europa/Afrika/Nahost erzielt werden, insbesondere getragen durch ein starkes Umsatzplus in Westeuropa und erneut zweistellige Zuwächse in den osteuropäischen Ländern. Das betriebliche Ergebnis stieg um 2,7 Prozent auf 117 Mio. Euro, obwohl im Vorjahreswert noch laufende Erträge aus dem Dial-

Nahrungsmittelgeschäft enthalten waren. Das 100-jährige Persil-Jubiläum brachte bei den *Waschmitteln* in Deutschland und Österreich einen starken Start. In Italien und den Niederlanden wurde ein Waschmittel speziell für hochwertige, empfindliche Jeans eingeführt. In Afrika/Nahost wurde das neue Vernel One Rinse Only auf den Markt gebracht, ein Weichspüler, der deutliche Vorteile beim Waschvorgang und Waschergebnis bietet. Bei den *Reinigungsmitteln* setzte sich die gute Entwicklung weiter fort. Mit WC-Frisch Complete führte Henkel den ersten WC Reiniger ein, der die Toilette innen und außen reinigt. Bei den Geschirrspülmitteln stand die Premiere des neuen, um zwei Funktionen erweiterten Somat 7 im Mittelpunkt.

Im Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** wurde der Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 9,6 Prozent auf 704 Mio. Euro gesteigert. Neben einem sehr erfreulichen organischen Umsatzwachstum von 6,4 Prozent, das signifikant über dem relevanten Marktwachstum lag, trug dazu die erfolgreiche Integration der von Gillette übernommenen Deomarken bei. Besonders positiv war die Entwicklung des Geschäfts in Osteuropa, Nordamerika und Lateinamerika. Das betriebliche Ergebnis konnte um 11,1 Prozent auf 82 Mio. Euro verbessert werden. Bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Wachstum sogar 14,6 Prozent. Das *Haarkosmetikgeschäft* wuchs weiterhin stark. In allen Kategorien – Colorationen, Pflege und Styling – konnten die Marktpositionen erneut ausgebaut werden. Auch im *Körperpflegegeschäft* hielt der positive Trend an, insbesondere getragen durch die beiden großen Marken Fa und Dial, die mit erfolgreichen Innovationen die Marktpositionen ebenfalls weiter stärken konnten. Das *Hautpflegegeschäft* profitierte von der Anti-Age Innovation 1000 Microliftings der Diadermine Lift+ Serie. Im *Mundpflegegeschäft* stand der internationale Relaunch von Theramed 2-in-1 im Mittelpunkt. Auch das *Friseurgeschäft* entwickelte sich positiv und gewann weitere Marktanteile.

Der Umsatz des Unternehmensbereichs **Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker** wurde gegenüber dem Vorjahresquartal erneut deutlich um 11,0 Prozent auf 497 Mio. Euro. verbessert. Hierzu trug vor allem das sehr starke organische Wachstum von 12,3 Prozent bei. Deutliche Wachstumsimpulse gingen dabei von Osteuropa, Lateinamerika und Afrika/Nahost aus, aber auch Westeuropa entwickelte sich sehr erfreulich. Das betriebliche Ergebnis wurde überproportional

um 17,5 Prozent auf 52 Mio. Euro gesteigert, bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Wachstum 21,1 Prozent. Hierzu trugen insbesondere die erfolgreichen Maßnahmen zur Rentabilitätsverbesserung, Skaleneffekte sowie durchgesetzte Preiserhöhungen bei. Der Bereich *Klebstoffe und Klebebänder für Haushalt, Schule und Büro* entwickelte sich positiv, getragen durch ein weiterhin erfreuliches Wachstum bei den Sekundenklebern. Dadurch konnte Henkel seine weltweit führende Position in diesem Marktsegment weiter ausbauen. Der Wachstumstreiber des Unternehmensbereichs blieb mit weiterhin überdurchschnittlicher Dynamik das Segment *Kleb- und Dichtstoffe für Bau, Handwerker und Heimwerker*. Hier leistete das Geschäft mit Bauklebstoffen, das von der milden Witterung und der damit verbundenen regen Bautätigkeit in wichtigen Absatzmärkten profitierte, den größten Wachstumsbeitrag.

Der Unternehmensbereich **Henkel Technologies** konnte den Umsatz im Vergleich zum Vorjahresquartal um 2,4 Prozent auf 909 Mio. Euro steigern. Dabei sind die Divestments des Isolierglasgeschäfts und des Gummi-Metall-Haftmittelgeschäfts im Vorjahr zu berücksichtigen. Das organische Wachstum betrug starke 7,5 Prozent. Die Wachstumsregionen Osteuropa und Asien/Pazifik entwickelten sich erneut überdurchschnittlich und konnten zweistellig zulegen. Das betriebliche Ergebnis konnte um 7,8 Prozent gesteigert werden und lag bei 97 Mio. Euro. Bereinigt um Wechselkurseffekte lag die Steigerung bei 13,6 Prozent. Diese Entwicklung geht auf das sehr gute organische Wachstum, das strikte Kostenmanagement und Preiserhöhungen aufgrund gestiegener Rohstoffkosten zurück. Im Marktsegment *Transport* konnten im Geschäft mit der Luftfahrtindustrie überdurchschnittliche Zuwächse erzielt werden. Hier machte sich der vermehrte Einsatz von Verbundwerkstoffen anstelle von Aluminiumbauteilen positiv bemerkbar. Schwierig gestaltete sich hingegen das Geschäft mit der Automobilindustrie, vor allem in Europa und Nordamerika. Das Geschäft mit der *Stahlindustrie* legte aufgrund einer Reihe von neuen Produkten zur Oberflächenbehandlung deutlich zu. Im Marktsegment *Elektronik* konnte Henkel den Trend zum Einsatz bleifreier Löt Komponenten weiter positiv begleiten. Auch das Geschäft mit Herstellern von *Verpackungen für Konsumgüter* entwickelte sich weiter gut. Insbesondere von den Folienkaschierklebstoffen der Marke Liofol mit reduziertem Lösungsmittelgehalt und verbessertem Aushärteverhalten gingen Wachstumsimpulse aus. Im Marktsegment

*langlebige Gebrauchsgüter* konnten die Kern-Produktgruppen der Polyurethane und Polyamide mit den Marken Purmelt und Macromelt verstärkt ausgebaut werden. Im Bereich der *industriellen Instandhaltung* entwickelte sich die Produktpalette für Kfz-Werkstätten besonders gut. Zudem förderte Henkel dieses Geschäft mit dem Relaunch der Loctite Sofortklebstoffe.

## **Regionale Entwicklung**

In der Regionalbetrachtung zeigte die Region **Europa/Afrika/Nahost** mit einem Umsatzwachstum von 10,9 Prozent auf 2.116 Mio. Euro einen starken Anstieg. Zu diesem Wachstum trugen alle Unternehmensbereiche bei. In Osteuropa wuchs der Umsatz erneut zweistellig, aber auch in Westeuropa und in Deutschland konnte ein erfreuliches Umsatzplus verzeichnet werden. Insgesamt erhöhte sich der Umsatzanteil der Region leicht auf 65 Prozent. Aufgrund von Wechselkurseinflüssen ging der Umsatz in der Region **Nordamerika** um 4,7 Prozent zurück, bereinigt um Wechselkurseffekte stieg er um 4,1 Prozent. Mit einem Umsatz von insgesamt 652 Mio. Euro lag der Anteil dieser Region am Gesamtumsatz bei 20 Prozent. Die Region **Lateinamerika** wies einen Umsatzanstieg von 5,1 Prozent auf 164 Mio. Euro auf, bereinigt um Wechselkurseffekte wurde ein Wachstum von 15,3 Prozent erzielt. Die Unternehmensbereiche Kosmetik/ Körperpflege und Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker steigerten ihre Umsätze in dieser Region im zweistelligen Prozentbereich. Der Umsatzanteil der Region lag unverändert bei 5 Prozent. Ebenfalls positiv entwickelten sich die Geschäfte in der Region **Asien/Pazifik**. Der Umsatz wurde um 4,1 Prozent auf 247 Mio. Euro gesteigert, bereinigt um Wechselkurseffekte um 10,2 Prozent. Eine erneut hohe Wachstumsdynamik zeigten hier insbesondere die Unternehmensbereiche Henkel Technologies sowie Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker. Der Umsatzanteil der Region lag weiterhin bei 8 Prozent.

## **Wesentliche Beteiligung**

**Ecolab Inc.**, St. Paul/Minnesota, USA, an der Henkel mit 29,0 Prozent beteiligt ist, erzielte im ersten Quartal 2007 einen Umsatz von 1.254 Mio. US-Dollar. Dies entspricht einem Anstieg um 12,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der

Quartalsüberschuss stieg um 14,9 Prozent auf 89,5 Mio. US-Dollar. Der Marktwert dieser Beteiligung betrug zum 31. März 2007 umgerechnet rund 2,3 Mrd. Euro.

## Ausblick

Henkel will wieder stärker wachsen als seine Märkte.

Henkel erwartet für das Jahr 2007 ein organisches Umsatzwachstum (bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments) am oberen Rand der Bandbreite von 3 bis 4 Prozent.

Für das betriebliche Ergebnis (EBIT) erwartet Henkel einen Zuwachs, bereinigt um Wechselkurseffekte, oberhalb des organischen Umsatzwachstums.

Für das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) erwartet Henkel ebenfalls einen Zuwachs oberhalb des organischen Umsatzwachstums.

Diese Information enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel 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 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:

Oliver Luckenbach  
☎ +49-2 11-7 97 16 31  
Fax: +49-2 11-7 98 28 63  
oliver.luckenbach@henkel.com

Sabine Katterbach  
☎ +49-2 11-7 97 36 09  
Fax: +49-2 11-7 98 136 09  
sabine.katterbach@henkel.com

Tim Lange  
☎ +49-2 11-7 97 15 10  
Fax: +49-2 11-7 98 11510  
tim.lange@henkel.com

Andrea Haschke  
☎ +49-2 11-7 97 21 66  
Fax: +49-2 11-7 98 121 66  
andrea.haschke@henkel.com

Maria Dominguez Parra  
☎ +49-2 11-7 97 72 78  
Fax: +49-2 11-7 98 172 78  
maria.dominguezparra@henkel.com

Ines Göldner  
☎ +49-2 11-7 97 39 37  
Fax: +49-2 11-7 98 139 37  
ines.goeldner@henkel.com

## Kennzahlen 1. Quartal 2007

in Mio. Euro	Umsatz	EBIT
	Q1	Q1
<b>Wasch-/Reinigungsmittel</b>		
2007	1.069	117
2006	1.009	114
Veränderung zum Vorjahr	6,0%	2,7%
bereinigt um Wechselkurseffekte	9,5%	5,4%
organisch	11,9%	
<b>Kosmetik/Körperpflege</b>		
2007	704	82
2006	642	74
Veränderung zum Vorjahr	9,6%	11,1%
bereinigt um Wechselkurseffekte	12,8%	14,6%
organisch	6,4%	
<b>Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker</b>		
2007	497	52
2006	448	44
Veränderung zum Vorjahr	11,0%	17,5%
bereinigt um Wechselkurseffekte	15,2%	21,1%
organisch	12,3%	
<b>Henkel Technologies</b>		
2007	909	97
2006	887	90
Veränderung zum Vorjahr	2,4%	7,8%
bereinigt um Wechselkurseffekte	7,2%	13,6%
organisch	7,5%	
<b>Corporate</b>		
2007	58	-25
2006	62	-27
<b>Henkel</b>		
2007	3.237	323
2006	3.048	295
Veränderung zum Vorjahr	6,2%	9,2%
bereinigt um Wechselkurseffekte	10,0%	12,4%
organisch	9,1%	

Henkel	Q1/2006	Q1/2007	Veränderung
			Q1
Umsatzrendite (EBIT) in %	9,7	10,0	0,3pp
Quartalsüberschuss in Mio. Euro	185	210	13,5%
Quartalsüberschuss nach Ant. anderer Gesellsch. in Mio. Euro	181	205	13,3%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,27	1,43	12,6%
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in %	13,1	14,6	1,5pp

Veränderungen auf Basis der Werte in Tausend Euro  
pp = Prozentpunkte