



## Investor Relations News

Düsseldorf, 7. Mai 2008

Henkel weiter mit hohem Innovationstempo

# Henkel startet gut in schwierigem Umfeld

- Robustes organisches Umsatzwachstum von 3,3 Prozent
- Betriebliches Ergebnis (EBIT) bereinigt um Wechselkurseffekte: plus 2,5 Prozent
- Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): plus 6,3 Prozent
- Wachstumsregionen: 16,2 Prozent organisches Umsatzplus

„Wir sind in einem schwierigen Umfeld gut in das neue Geschäftsjahr gestartet. Das robuste organische Umsatzwachstum ist erfreulich. Wir haben das trotz einer verhaltenen Entwicklung auf dem US-Markt und eines starken Vorjahresquartals erzielen können. Dazu haben alle Unternehmensbereiche beigetragen“, erklärt Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands von Henkel. „Unsere Wachstumsregionen entwickelten sich erneut dynamisch. Ich bin sehr zuversichtlich, dass wir unsere für das Gesamtjahr 2008 gesetzten Ziele erreichen werden. Aus dem Erwerb und der Integration der National Starch-Geschäfte erwarten wir einen zusätzlichen Wachstumsschub. Zudem verläuft die Umsetzung des Effizienzsteigerungsprogramms ‚Global Excellence‘ wie geplant.“

Henkel hat im ersten Quartal 2008 den um Wechselkurseffekte bereinigten Umsatz um 1,7 Prozent gesteigert. **Organisch**, das heißt, bereinigt um Wechselkurseffekte



und Akquisitionen/Divestments, stieg der Umsatz um 3,3 Prozent. Das organische Umsatzwachstum liegt damit im Rahmen der am Jahresanfang vorgegebenen Bandbreite von 3 bis 4 Prozent. Zu dieser Entwicklung haben alle Unternehmensbereiche beigetragen. Insgesamt ging der **Umsatz**, vor allem als Folge der ungünstigen Wechselkurseffekte, im ersten Quartal 2008 leicht auf 3.162 Mio. Euro zurück.

Das **betriebliche Ergebnis (EBIT)** lag mit 320 Mio. Euro in etwa auf dem hohen Vorjahresniveau (-0,9 Prozent). Bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Wachstum 2,5 Prozent. Hierbei machten sich insbesondere die deutlich gestiegenen Rohstoffkosten, die nicht vollständig kompensiert werden konnten, negativ bemerkbar.

Die **Umsatzrendite (EBIT)** lag mit 10,1 Prozent um 0,1 Prozentpunkte über dem Niveau des Vorjahresquartals. Das Beteiligungsergebnis blieb mit 19 Mio. Euro konstant. Das Zinsergebnis stieg vor allem aufgrund der niedrigeren Nettoverschuldung um 11 Mio. Euro von -49 Mio. Euro auf -38 Mio. Euro. Insgesamt verbesserte sich das **Finanzergebnis** daher um 11 Mio. Euro auf -19 Mio. Euro. Die **Steuerquote** ging von 28,3 Prozent auf 25,9 Prozent zurück.

Der **Quartalsüberschuss** stieg aufgrund des verbesserten Finanzergebnisses und niedrigerer Steuern um 6,2 Prozent auf 223 Mio. Euro. Nach Anteilen anderer Gesellschafter in Höhe von 4 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 219 Mio. Euro (+6,8 Prozent). Das **Ergebnis je Vorzugsaktie** erhöhte sich um 6,3 Prozent auf 0,51 Euro.

### **Entwicklung der Unternehmensbereiche**

Der Unternehmensbereich **Wasch-/Reinigungsmittel** wuchs organisch um 2,8 Prozent, und das, obwohl im Vorjahresquartal aufgrund des 100-jährigen Jubiläums von Persil ein außerordentlich hohes Wachstum von 11,9 Prozent erzielt werden konnte. Insgesamt lag der Umsatz mit 1.031 Mio. Euro um 3,5 Prozent unter dem Vorjahr. Dabei hatten Wechselkurseffekte und Divestments einen negativen Einfluss von 6,3 Prozent. Das betriebliche Ergebnis ging von 117 Mio. Euro auf 104 Mio. Euro zurück. In dem Rückgang spiegelt sich vor allem der signifikante Anstieg der Rohstoffkosten wider, der trotz Gegenmaßnahmen nicht kompensiert werden konnte. Bei den

*Waschmitteln* konnte das Geschäft, trotz der starken Vorjahresbasis, organisch weiter ausgebaut werden. Dazu trug vor allem das Plus bei den Weichspülern bei, die aufgrund erfolgreicher Einführung neuer Duftvarianten zulegen. Bei den Universalwaschmitteln setzte sich die gute Entwicklung in Osteuropa fort. Der Bereich *Reinigungsmittel* wuchs deutlich. Bei den Geschirrspülmitteln wurde das Europa-Geschäft stark ausgebaut. Als Wachstumstreiber erwiesen sich zudem die Luffterfrischer in Nordamerika, die von einer erfolgreichen Produktinnovation mit automatisch wechselnden Düften profitierten.

Der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** setzte die sehr erfolgreiche Entwicklung fort und übertraf mit einem organischen Umsatzwachstum von 6,1 Prozent erneut deutlich das Wachstum der relevanten Märkte. Nominal wurde der Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 0,6 Prozent auf 708 Mio. Euro gesteigert, bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Wachstum 4,4 Prozent. Neben einer anhaltend guten Entwicklung in Osteuropa, Lateinamerika und Asien/Pazifik konnte vor allem in den großen Märkten Westeuropa und Nordamerika ein starkes Wachstum verzeichnet werden. Bereinigt um Wechselkurseffekte wurde das betriebliche Ergebnis deutlich um 13,4 Prozent gesteigert, nominal wurde eine Verbesserung von 8,0 Prozent auf 89 Mio. Euro erzielt. Dementsprechend stark stieg die EBIT-Marge um 0,8 Prozentpunkte auf 12,5 Prozent. Das *Haarkosmetikgeschäft* wuchs erneut stark. Der große Relaunch der Marke Schauma und die Premiere der Taft Power Linie trugen dazu maßgeblich bei. In allen Kategorien – Colorationen, Pflege und Styling – konnten die Marktpositionen weiter deutlich ausgebaut werden. Auch das *Körperpflegegeschäft* entwickelte sich erneut positiv, insbesondere getragen durch die beiden großen Marken Fa und Dial. Das *Hautpflegegeschäft* zeigte, gestützt auf die Marke Diadermine mit neuen Produktlinien, eine sehr gute Entwicklung. Das *Mundpflegegeschäft* wuchs insbesondere durch die Neueinführung Theramed Titan Fresh. Das *Friseurgeschäft* verzeichnete über die Regionen ebenfalls ein sehr gutes Wachstum.

Im Unternehmensbereich **Adhesives Technologies** betrug das organische Wachstum 2,4 Prozent. Der Vergleichswert des Vorjahresquartals war hier mit 9,1 Prozent sehr hoch. Dies lag vor allem daran, dass der Bausektor aufgrund der damals milden Witterung sehr stark zulegen. Negative Wechselkurseffekte und das Divestment des

Wasserbehandlungsgeschäfts führten dazu, dass der Umsatz mit 1.364 Mio. Euro um 3,0 Prozent unter dem vergleichbaren Vorjahreswert lag. Trotz deutlich gesteigerter Rohstoffkosten wurde das betriebliche Ergebnis um 2,3 Prozent auf 153 Mio. Euro gesteigert, bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Wachstum 6,4 Prozent. Zu dieser Entwicklung haben insbesondere die eingeleiteten Gegenmaßnahmen und die weitere Fokussierung auf Geschäfte mit höherer Profitabilität beigetragen. Im Bereich *Handwerker und Konsumenten* lagen die Umsätze in Westeuropa und Nordamerika bei rückläufigen Märkten unter dem Vorjahreswert. Das stärkste Wachstum wurde erneut im Bereich *Bauklebstoffe* erzielt, insbesondere getragen von der sehr guten Entwicklung in Osteuropa und in der Region Naher Osten/Nordafrika. Um die wachsende Nachfrage in diesen Regionen bedienen zu können, baut Henkel seine Produktionskapazitäten dort weiter aus. Der Bereich *Industrie* entwickelte sich insgesamt positiv, mit Ausnahme von Nordamerika, wo sich die Geschäfte marktbedingt schwächer zeigten. Besonders stark war die Entwicklung mit Produkten für die industrielle Instandhaltung der Marke Loctite. Das Geschäft mit Verpackungsklebstoffen erhielt durch die innovativen Schmelzklebstoffe der Marke Technomelt Supra einen Schub.

## **Regionale Entwicklung**

In der Region **Europa/Afrika/Nahost** wurde der Umsatz organisch um 4,2 Prozent gesteigert. Zu diesem Wachstum trugen alle Unternehmensbereiche bei. Wechselkurseffekte und Divestments hatten einen negativen Einfluss von 4,1 Prozent. Insgesamt lag der Umsatz mit 2.119 Mio. Euro in etwa auf dem Niveau des Vorjahres. In Osteuropa wuchs der Umsatz erneut zweistellig, in Westeuropa einschließlich Deutschland dagegen konnte nicht an das gute Wachstum des Vorjahresquartals angeknüpft werden. Insgesamt lag der Umsatzanteil der Region bei 67 Prozent. Der Umsatz in der Region **Nordamerika** ging organisch um 3,1 Prozent zurück. Hier entwickelten sich die Geschäfte in den Bereichen Wasch-/Reinigungsmittel und Adhäsives Technologies marktbedingt verhalten. Die Schwäche des US-Dollar führte zu negativen Wechselkurseinflüssen von 11,1 Prozent. Mit einem Umsatz von 559 Mio. Euro lag der Anteil dieser Region am Gesamtumsatz bei 18 Prozent. Die Region **Latinamerika** wies einen Umsatzanstieg von 3,1 Prozent auf 169 Mio. Euro auf, bereinigt um Wechselkurseffekte wurde ein Wachstum von 8,8 Prozent erzielt. Das von allen Unternehmensbereichen getragene organische Wachstum betrug 8,9 Prozent.

Der Umsatzanteil der Region lag unverändert bei 5 Prozent. Ebenfalls positiv entwickelten sich die Geschäfte in der Region **Asien/Pazifik**. Der Umsatz wurde um 3,8 Prozent auf 256 Mio. Euro gesteigert, das organische Wachstum, das auch hier von allen Unternehmensbereichen getragen wurde, lag bei 9,4 Prozent. Der Umsatzanteil der Region betrug 8 Prozent.

In den **Wachstumsregionen** Osteuropa, Afrika, Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) wurde der Umsatz um 10,0 Prozent auf 1.101 Mio. Euro gesteigert. Dies entspricht einem Anteil am Gesamtumsatz von 35 Prozent. Bereinigt um Wechselkurseffekte stieg der Umsatz um 14,6 Prozent, das organische Wachstum erreichte 16,2 Prozent und wurde von allen Unternehmensbereichen getragen.

### **Wesentliche Beteiligung**

**Ecolab Inc.**, St. Paul/Minnesota, USA, an der Henkel mit 29,4 Prozent beteiligt ist, erzielte im ersten Quartal 2008 einen Umsatz von 1.458 Mio. US-Dollar. Dies entspricht einem Anstieg von 16,2 Prozent. Der Quartalsüberschuss stieg gegenüber dem Vorjahr um 15,0 Prozent auf 102,9 Mio. US-Dollar. Der Marktwert dieser Beteiligung betrug zum 31. März 2008 umgerechnet rund 2,0 Mrd. Euro.

### **Aktualisierte Umsatz- und Ergebnisprognose 2008**

Henkel ist zuversichtlich, ohne Berücksichtigung der National Starch-Geschäfte die bisherigen Umsatz- und Ergebnisziele zu erreichen.

Unter Einbeziehung der am 3. April 2008 erworbenen Geschäfte von National Starch gibt Henkel folgende Umsatz- und Ergebnisprognose:

Henkel erwartet ein organisches Umsatzwachstum (bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/ Divestments) von 3 bis 4 Prozent.

Für das betriebliche Ergebnis, bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen („bereinigter EBIT“), erwartet Henkel einen Zuwachs im mittleren Zehnprozentbereich (Basis 2007: 1.370 Mio. Euro).

Für das Ergebnis je Vorzugsaktie, bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen („bereinigtes EPS“), erwartet Henkel einen Zuwachs im mittleren einstelligen Prozentbereich (Basis 2007: 2,19 Euro).

In dieser Prognose sind erste Einsparungen aus dem Effizienzsteigerungsprogramm „Global Excellence“ sowie der Integration der National-Starch-Geschäfte enthalten.

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:

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 98 115 10

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 98 127 77

ines.goeldner@henkel.com

## Kennzahlen 1. Quartal 2008

in Mio. Euro
<b>Wasch-/Reinigungsmittel</b>
2008
2007
Veränderung zum Vorjahr
bereinigt um Wechselkurseffekte
organisch
<b>Kosmetik/Körperpflege</b>
2008
2007
Veränderung zum Vorjahr
bereinigt um Wechselkurseffekte
organisch
<b>Adhesives Technologies</b>
2008
2007
Veränderung zum Vorjahr
bereinigt um Wechselkurseffekte
organisch
<b>Corporate</b>
2008
2007
<b>Henkel</b>
2008
2007
Veränderung zum Vorjahr
bereinigt um Wechselkurseffekte
organisch

Umsatz	EBIT
1.031	104
1.069	117
-3,5%	-11,2%
-0,3%	-8,4%
2,8%	
708	89
704	82
0,6%	8,0%
4,4%	13,4%
6,1%	
1.364	153
1.406	149
-3,0%	2,3%
1,8%	6,4%
2,4%	
59	-26
58	-25
3.162	320
3.237	323
-2,3%	-0,9%
1,7%	2,5%
3,3%	

Henkel
Umsatzrendite (EBIT) in %
Quartals-/Jahresüberschuss in Mio. Euro
Ergebnis nach Ant. anderer Gesellsch. in Mio. Euro
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro*
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in %

Q1/2007	Q1/2008	Veränderung
10,0	10,1	10 bp
210	223	6,2%
205	219	6,8%
0,48	0,51	6,3%
14,6	15,3	70 bp

<b>EBIT in Mio. Euro</b>
- Einmalige Erträge in Mio. Euro
+ Einmalige Aufwendungen in Mio. Euro
+ Restrukturierungsaufwendungen in Mio. Euro
<b>= Bereinigter EBIT in Mio. Euro</b>
<b>Bereinigte EBIT Marge in %</b>
<b>Bereinigtes EPS je Vorzugsaktie in Euro*</b>

Q1/2007	Q1/2008	Veränderung
323	320	-0,9%
-	8	-
-	-	-
9	6	-
332	318	-4,2%
10,3	10,1	-20 bp
0,50	0,51	2,0%

Veränderungen auf Basis der Werte in Tausend Euro

bp = Basispunkte

\* Basis Aktiensplit (1:3) vom 18. Juni 2007