



Investor Relations News

Düsseldorf, 6. August 2008

National Starch und Effizienzsteigerungsprogramm prägen zweites Quartal

Henkel mit gutem organischem Wachstum

- Starkes Umsatzwachstum von 11,4 Prozent
- Organisches Umsatzwachstum: plus 6,1 Prozent
- Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT): plus 7,8 Prozent
- Wachstumsregionen: 19,5 Prozent Umsatzplus

„In einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld, das weiterhin durch stark steigende Rohstoffpreise und einen schwachen US-Dollar gekennzeichnet war, erreichten wir ein sehr erfreuliches organisches Umsatzwachstum“, erklärt Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands von Henkel. „Das organische Wachstum wurde von allen Unternehmensbereichen getragen. Es stammt insbesondere aus unseren Wachstumsregionen, während die Entwicklung in Westeuropa verhalten war. Das bereinigte betriebliche Ergebnis konnten wir weiter steigern. Die Integration der National Starch-Geschäfte, die uns einen deutlichen Umsatzschub brachten, und die Umsetzung des Effizienzsteigerungsprogramms zur nachhaltigen Verbesserung unserer Wettbewerbsfähigkeit verliefen planmäßig. Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen sehen wir der Entwicklung im weiteren Jahresverlauf zuversichtlich entgegen.“

Henkel hat im zweiten Quartal 2008 den **Umsatz** um 11,4 Prozent auf 3.668 Mio. Euro gesteigert. Der deutliche Anstieg ist auf das gute organische Wachstum und die erstmalige Berücksichtigung der Akquisition der National Starch-Geschäfte zu-



rückzuführen. Bereinigt um Wechselkurseffekte wurde der Umsatz sogar um 17,7 Prozent gesteigert. **Organisch**, das heißt, bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, stieg der Umsatz um 6,1 Prozent. Dazu haben alle Unternehmensbereiche beigetragen.

Das **betriebliche Ergebnis (EBIT)** ist im abgelaufenen Quartal stark von Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 256 Mio. Euro beeinflusst worden. Dies entspricht in etwa einem Drittel der für das Gesamtjahr bereits angekündigten Restrukturierungsaufwendungen von rund 770 bis 780 Mio. Euro. Die Aufwendungen stehen insbesondere im Zusammenhang mit dem weltweiten Programm zur Effizienzsteigerung und der Integration der National Starch-Geschäfte. Als Folge ging der EBIT auf 113 Mio. Euro zurück. Das betriebliche Ergebnis, bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen („bereinigter EBIT“), stieg dagegen um 7,8 Prozent auf 372 Mio. Euro.

Die **EBIT-Marge** betrug 3,1 Prozent, wobei die bereinigte EBIT-Marge von 10,5 Prozent auf 10,1 Prozent zurückging. Dies ist vor allem auf die durch Rohstoffpreiserhöhungen stark belasteten Unternehmensbereiche Wasch-/Reinigungsmittel sowie Adhesive Technologies zurückzuführen. Das Beteiligungsergebnis, das hauptsächlich aus der Ecolab-Beteiligung stammt, blieb trotz des schwächeren US-Dollar konstant bei 24 Mio. Euro. Das Zinsergebnis fiel – vor allem aufgrund der höheren Nettoverschuldung durch die Zahlung des Kaufpreises für die National Starch-Geschäfte, aber auch höherer Zinssätze – um 47 Mio. Euro von -37 Mio. Euro auf -84 Mio. Euro. Das **Finanzergebnis** ging dementsprechend von -13 Mio. Euro auf -60 Mio. Euro zurück. Die **Steuerquote** ermäßigte sich von 26,7 Prozent auf 20,8 Prozent.

Der **Quartalsüberschuss** sank aufgrund des niedrigeren EBIT und des gesunkenen Finanzergebnisses auf 42 Mio. Euro. Nach Anteilen anderer Gesellschafter in Höhe von 4 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 38 Mio. Euro. Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter lag mit 227 Mio. Euro um 4,6 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Das **Ergebnis je Vorzugsaktie** fiel auf 0,09 Euro. Bereinigt ging es um 5,5 Prozent auf 0,52 Euro zurück.

Entwicklung der Unternehmensbereiche

Der Umsatz des Unternehmensbereichs **Wasch-/Reinigungsmittel** konnte organisch um gute 3,9 Prozent gesteigert werden. Insgesamt lag der Umsatz mit 1.012 Mio. Euro um 1,1 Prozent unter dem Vorjahr. Dabei hatten Wechselkurseffekte einen negativen Einfluss von 4,7 Prozent. Das betriebliche Ergebnis ging von 111 Mio. Euro auf 96 Mio. Euro zurück. In dem Rückgang spiegelt sich vor allem die anhaltende Verteuerung der Rohstoffe wider, die zu einem deutlichen Anstieg der Materialkosten führte. Dieser konnte noch nicht durch die bisher durchgeführten Preiserhöhungen und Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung kompensiert werden. Bei den *Waschmitteln* wurde das organische Wachstum vor allem von Osteuropa getragen. Hier verzeichneten sowohl die Universalwaschmittel als auch die Weichspüler eine positive Umsatzentwicklung. Zum guten Umsatzwachstum in Nordamerika trug neben der im Markt gut aufgenommenen Umstellung auf Ultra-Konzentrate die erfolgreiche Einführung von Purex Natural Elements bei. Diese Innovation mit Inhaltsstoffen auf natürlicher Basis trägt dem wachsenden Umweltbewusstsein der Verbraucher Rechnung. Im Bereich *Reinigungsmittel* konnte der Umsatz organisch deutlich verbessert werden, wobei auch hier die stärksten Impulse aus der Region Osteuropa kamen. Das Umsatzwachstum wurde vor allem von den Geschirrspülmitteln und den WC-Reinigungs- und Hygieneprodukten getragen. Daneben erhöhte sich der Umsatz mit Lufterfrischern in Nordamerika, was erneut zur positiven Gesamtentwicklung beitrug.

Der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** setzte mit einem starken organischen Umsatzwachstum von 5,9 Prozent den sehr positiven Trend der letzten Quartale fort. Zum organischen Wachstum trugen alle Regionen bei. Neben einer äußerst positiven Entwicklung in Nordamerika erzielte vor allem das Geschäft in Osteuropa und Lateinamerika ein starkes Wachstum. Nominal wurde der Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 1,2 Prozent auf 779 Mio. Euro gesteigert, bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Wachstum 5,8 Prozent. Das betriebliche Ergebnis, bereinigt um Wechselkurseffekte, wurde trotz steigender Materialkosten deutlich um 8,3 Prozent gesteigert und wuchs damit stärker als der Umsatz. Dementsprechend stieg die EBIT-Marge auf 12,8 Prozent. Im *Haarkosmetikgeschäft* wurde das starke Wachstum fortgesetzt. In allen Kategorien – Colorationen, Pflege und Styling – konn-

ten die Marktpositionen weiter ausgebaut werden. Der internationale Relaunch der Marke Schauma, die Premiere der Taft Power Gels Waterproof und der Rollout von Diadem Care Gloss trugen dazu maßgeblich bei. Auch das *Körperpflegegeschäft* entwickelte sich weiter positiv. Besonders erfreulich war die Entwicklung im Bereich Deodorantien mit der Einführung der Innovation Fa Rice Dry, dem ersten Fa Deo mit natürlichem Reis-Extrakt. Im *Hautpflegegeschäft* konnte dank der guten Entwicklung der wichtigsten internationalen Marke Diadermine die Marktposition weiter ausgebaut werden. Hier stand die Einführung der innovativen Linie Anti-Oxidantien im Vordergrund. Auch im *Mundpflegegeschäft* konnten die Marktpositionen verbessert werden, insbesondere durch die Neueinführungen Theramed Titan Fresh und Pro Natur. Das *Friseurgeschäft* setzte das sehr gute organische Wachstum fort. Die hohe Innovationskraft zeigt sich hier in der neuen OSiS Design Mix Linie und bei Igora Royal Absolutes, der ersten Anti-Age Coloration.

Im Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** betrug das organische Wachstum sehr erfreuliche 7,9 Prozent. Vor allem durch die Akquisition der Klebstoff- und Elektronikgeschäfte von National Starch stieg der Umsatz nominal um 26,1 Prozent auf 1.816 Mio. Euro, wechselkursbereinigt lag das Wachstum sogar bei 34,6 Prozent. Das betriebliche Ergebnis wurde um 21,1 Prozent auf 195 Mio. Euro gesteigert, bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Wachstum 29,3 Prozent. Im Bereich *Handwerker und Konsumenten* beeinflussten die schwierigen Bedingungen in Nordamerika und Westeuropa das Geschäft. In Westeuropa war die Entwicklung in wichtigen Handwerker-Märkten rückläufig, in den USA hielt die Immobilienkrise an. Erfolgreich war dagegen die Entwicklung in der Region Osteuropa. Ein erneut starkes Wachstum wurde im Bereich *Bauklebstoffe* erzielt, insbesondere getragen von der sehr guten Entwicklung in Osteuropa und in der Region Nordafrika/Nahost. Der Bereich *Industrie* profitierte signifikant von der Akquisition der National Starch-Geschäfte, aber auch das organische Wachstum war erfreulich. In Westeuropa wurde der Umsatz trotz eines schwierigen Umfelds weiter gesteigert. Weiterhin positiv war die Entwicklung mit Produkten für die industrielle Instandhaltung der Marke Loctite. Die Bereiche Automobil und Gebrauchsgüter wurden durch die Einführung von TecTalis, einem innovativen Produkt für die Metallvorbehandlung, gestärkt. Die National Starch-Geschäfte entwickelten sich angesichts der Abschwächung der Märkte für Halbleiter und Elektronikprodukte leicht schwächer.

Regionale Entwicklung

In der Region **Europa/Afrika/Nahost** wurde der Umsatz organisch um erfreuliche 6,2 Prozent gesteigert. Zu diesem Wachstum trugen alle Unternehmensbereiche bei. Bereinigt um Wechselkurseffekte stieg der Umsatz um 10,4 Prozent. Insgesamt lag er mit 2.283 Mio. Euro um 8,2 Prozent über dem Niveau des Vorjahres. In Osteuropa und Afrika/Nahost konnten deutlich zweistellige organische Wachstumsraten erzielt werden, während die Entwicklung in Westeuropa einschließlich Deutschland leicht negativ war. Insgesamt lag der Umsatzanteil der Region bei 62 Prozent. Der Umsatz in der Region **Nordamerika** stieg organisch um gute 3,8 Prozent. Hier entwickelten sich die Geschäfte in den Bereichen Kosmetik/Körperpflege und, nach einem schwächeren Jahresauftakt, bei den Wasch-/Reinigungsmitteln erfreulich. Die Schwäche des US-Dollar führte zu negativen Wechselkurseinflüssen von 16,3 Prozent. Bereinigt um Wechselkurseffekte stieg der Umsatz sogar um 23,0 Prozent. Dazu trugen die akquirierten Geschäfte von National Starch maßgeblich bei. Mit einem Umsatz von 690 Mio. Euro lag der Anteil dieser Region am Gesamtumsatz bei 19 Prozent. Die Region **Lateinamerika** wies einen organischen Umsatzanstieg von 13,3 Prozent auf, wozu alle Unternehmensbereiche beitrugen. Bereinigt um Wechselkurseffekte wurde ein Wachstum von 21,0 Prozent erzielt. Mit einem Gesamtumsatz von 202 Mio. Euro lag der Umsatzanteil der Region unverändert bei 5 Prozent. Ebenfalls positiv entwickelten sich die Geschäfte in der Region **Asien/Pazifik**. Der Umsatz wurde um 44,9 Prozent auf 432 Mio. Euro gesteigert. Der deutliche Anstieg ist hauptsächlich auf die akquirierten Geschäfte von National Starch zurückzuführen. Das organische Wachstum, das auch hier von allen Unternehmensbereichen getragen wurde, lag bei 6,6 Prozent. Der Umsatzanteil der Region wuchs um 3 Prozentpunkte auf 12 Prozent.

In den **Wachstumsregionen** Osteuropa, Afrika, Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) wurde der Umsatz um 19,5 Prozent auf 1.336 Mio. Euro gesteigert. Dies entspricht einem Anteil am Gesamtumsatz von 36 Prozent. Bereinigt um Wechselkurseffekte stieg der Umsatz um 27,0 Prozent, das organische Wachstum erreichte 15,7 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 zweiten Quartal 2008 einen Umsatz von 1.570 Mio. US-Dollar. Dies entspricht einem Anstieg von 15,2 Prozent. Der Quartalsüberschuss stieg gegenüber dem Vorjahr um 26,0 Prozent auf 139,0 Mio. US-Dollar. Der Marktwert dieser Beteiligung betrug zum 30. Juni 2008 umgerechnet rund 2,0 Mrd. Euro.

Aktualisierte Umsatz- und Ergebnisprognose 2008

— Unter Berücksichtigung der Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2008 präzisiert Henkel unter Einbeziehung der am 3. April 2008 übernommenen National Starch-Geschäfte die Umsatz- und Ergebnisprognose wie folgt:

Wir erwarten ein organisches Umsatzwachstum (bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments) von 3 bis 5 Prozent.

— Für das betriebliche Ergebnis, bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen ("bereinigter EBIT"), erwarten wir einen Zuwachs am unteren Ende des mittleren Zehnprozentbereichs (Basis 2007: 1.370 Mio. Euro).

— Für das Ergebnis je Vorzugsaktie, bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen („bereinigtes EPS“), erwarten wir einen Zuwachs am unteren Ende des mittleren einstelligen Prozentbereichs (Basis 2007: 2,19 Euro).

In dieser Prognose sind erste Einsparungen aus dem „Global Excellence“-Effizienzsteigerungsprogramm sowie der Integration der National Starch-Geschäfte enthalten. Zudem geht Henkel davon aus, dass sich der derzeit schwache US-Dollar im Verlauf der zweiten Jahreshälfte erholen wird.

Nicht in der Prognose enthalten sind eventuelle Einflüsse aus dem teilweisen oder ganzen Verkauf unserer Beteiligung an Ecolab, der noch durchzuführenden Kaufpreisallokation für die akquirierten National Starch-Geschäfte und steuerliche Auswirkungen im Zusammenhang mit einer möglichen Ecolab Transaktion, der Akquisition und den Restrukturierungsaufwendungen.

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 28 63
sabine.katterbach@henkel.com

Tim Lange

☎ +49-2 11-7 97 15 10
Fax: +49-2 11-7 98 28 63
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 28 63
maria.dominguezparra@henkel.com

Ines Göldner

☎ +49-2 11-7 97 39 37
Fax: +49-2 11-7 98 28 63
ines.goeldner@henkel.com

Kennzahlen 2. Quartal 2008 und 1-6/2008

| in Mio. Euro | Umsatz | | EBIT | |
|---------------------------------|--------|-------|--------|--------|
| | Q2 | 1-6 | Q2 | 1-6 |
| Wasch-/Reinigungsmittel | | | | |
| 2008 | 1.012 | 2.043 | 96 | 200 |
| 2007 | 1.024 | 2.093 | 111 | 228 |
| Veränderung zum Vorjahr | -1,1% | -2,4% | -14,3% | -12,7% |
| bereinigt um Wechselkurseffekte | 3,6% | 1,5% | -9,4% | -8,9% |
| organisch | 3,9% | 3,3% | | |
| Kosmetik/Körperpflege | | | | |
| 2008 | 779 | 1.487 | 99 | 188 |
| 2007 | 769 | 1.473 | 98 | 180 |
| Veränderung zum Vorjahr | 1,2% | 0,9% | 2,0% | 4,8% |
| bereinigt um Wechselkurseffekte | 5,8% | 5,2% | 8,3% | 10,6% |
| organisch | 5,9% | 6,0% | | |
| Adhesives Technologies | | | | |
| 2008 | 1.816 | 3.180 | 195 | 348 |
| 2007 | 1.440 | 2.846 | 162 | 311 |
| Veränderung zum Vorjahr | 26,1% | 11,7% | 21,1% | 12,1% |
| bereinigt um Wechselkurseffekte | 34,6% | 18,4% | 29,3% | 18,3% |
| organisch | 7,9% | 5,2% | | |
| Corporate | | | | |
| 2008 | 61 | 120 | -277 | -303 |
| 2007 | 60 | 118 | -32 | -57 |
| Henkel | | | | |
| 2008 | 3.668 | 6.830 | 113 | 433 |
| 2007 | 3.293 | 6.530 | 339 | 662 |
| Veränderung zum Vorjahr | 11,4% | 4,6% | -66,5% | -34,6% |
| bereinigt um Wechselkurseffekte | 17,7% | 9,8% | -64,4% | -31,8% |
| organisch | 6,1% | 4,8% | | |

| Henkel | Q2/2007 | Q2/2008 | Veränd. | 1-6/ 2007 | 1-6/ 2008 | Veränd. |
|---|---------|---------|----------|--------------|--------------|---------|
| Umsatzrendite (EBIT) in % | 10,3 | 3,1 | -7,2 PP | 10,1 | 6,3 | -3,8 PP |
| Quartals-/Halbjahresüberschuss in Mio. Euro | 239 | 42 | -82,4% | 449 | 265 | -41,0% |
| Quartals-/Halbjahresüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter in Mio. Euro | 234 | 38 | -83,8% | 439 | 257 | -41,5% |
| Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro | 0,54 | 0,09 | -83,3% | 1,02 | 0,60 | -41,2% |
| Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in % | 15,4 | 5,0 | -10,4 PP | 15,0 | 9,9 | -5,1 PP |

| Henkel | Q2/2007 | Q2/2008 | Veränd. | 1-6/ 2007 | 1-6/ 2008 | Veränd. |
|--|---------|---------|---------|--------------|--------------|---------|
| in Mio. Euro | | | | | | |
| EBIT (wie berichtet) | 339 | 113 | -66,5% | 662 | 433 | -34,6% |
| - Einmalige Erträge | -8 | -3 | - | -8 | -11 | - |
| + Einmalige Aufwendungen | - | 6 | - | - | 6 | - |
| + Restrukturierungsaufwendungen | 14 | 256 | - | 23 | 262 | - |
| = Bereinigter EBIT | 345 | 372 | 7,8% | 677 | 690 | 1,9% |
| Bereinigte EBIT-Marge in % | 10,5 | 10,1 | -0,4 PP | 10,4 | 10,1 | -0,3 PP |
| Bereinigter Quartals-/Halbjahresüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter | 238 | 227 | -4,6% | 449 | 445 | -0,9% |
| Bereinigtes EPS je Vorzugsaktie in Euro | 0,55 | 0,52 | -5,5% | 1,05 | 1,03 | -1,9% |

Veränderungen auf Basis der Werte in Tausend Euro
PP = Prozentpunkte