

**Q3 | 2011**

**Quartalsfinanzbericht Juli bis September  
Dreivierteljahresfinanzbericht**



**Excellence is our Passion**

# Kennzahlen Henkel-Konzern

in Mio. Euro	3. Q/2010	3. Q/2011	Veränderung <sup>1)</sup>	1-9/2010	1-9/2011	Veränderung <sup>1)</sup>
Umsatz	3.961	4.028	1,7%	11.363	11.804	3,9%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	501	451	-10,0%	1.344	1.418	5,5%
Wasch-/Reinigungsmittel	139	125	-10,4%	427	382	-10,6%
Kosmetik/Körperpflege	113	111	-1,2%	325	364	12,0%
Adhesive Technologies	268	254	-5,4%	676	767	13,5%
Umsatzrendite (EBIT) in %	12,7	11,2	-1,5 pp	11,8	12,0	0,2 pp
Ergebnis vor Steuern	464	414	-10,8%	1.218	1.303	7,0%
Quartals- / Dreivierteljahresüberschuss	343	314	-8,5%	889	979	10,1%
– auf nicht beherrschende Anteile entfallend	-6	-7	16,7%	-20	-21	5,0%
– auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	337	307	-8,9%	869	958	10,2%
Ergebnis je Stammaktie in Euro	0,78	0,70	-10,3%	2,00	2,20	10,0%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,78	0,71	-9,0%	2,01	2,22	10,4%
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in %	16,3	15,9	-0,4 pp	15,2	16,8	1,6 pp
Investitionen in Sachanlagen	52	108	>100%	164	263	60,4%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	95	103	8,4%	293	311	6,1%
Anzahl der Mitarbeiter (30. September)	48.151	47.790	-0,8%	48.151	47.790	-0,8%

<sup>1)</sup> Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

pp = Prozentpunkte

## Bereinigte<sup>1)</sup> Ergebnisgrößen

in Mio. Euro	3. Q/2010	3. Q/2011	Veränderung <sup>2)</sup>	1-9/2010	1-9/2011	Veränderung <sup>2)</sup>
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT)	517	541	4,7%	1.414	1.528	8,0%
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) in %	13,0	13,4	0,4 pp	12,4	12,9	0,5 pp
Bereinigtes Ergebnis vor Steuern	480	504	5,0%	1.288	1.413	9,7%
Bereinigter Quartalsüberschuss / Dreivierteljahresüberschuss	355	373	5,1%	942	1.044	10,8%
– auf nicht beherrschende Anteile entfallend	-6	-7	16,7%	-20	-21	5,0%
– auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	349	366	4,9%	922	1.023	11,0%
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,80	0,85	6,3%	2,13	2,37	11,3%

<sup>1)</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

pp = Prozentpunkte

<sup>2)</sup> Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

## Inhalt

03 Highlights 3. Quartal 2011	19 Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf
04 Aktuelles	19 Vermögenslage
04 Die Aktie	20 Finanzlage
06 Berichterstattung 3. Quartal 2011	20 Investitionen
06 Geschäftsverlauf im dritten Quartal 2011	21 Akquisitionen und Divestments
08 Regionale Entwicklung	21 Mitarbeiter
10 Entwicklung der Unternehmensbereiche	21 Forschung und Entwicklung
10 Wasch-/Reinigungsmittel	21 Ausblick
12 Kosmetik/Körperpflege	23 Nachtragsbericht
14 Adhesive Technologies	24 Konzernzwischenabschluss 3. Quartal 2011 und Januar bis September 2011
16 Dreivierteljahresfinanzbericht 2011	29 Ausgewählte Anhangangaben
16 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	34 Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht
16 Für Henkel wichtige Branchen	35 Bericht des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats
16 Auswirkungen auf Henkel	36 Impressum / Finanzkalender
17 Geschäftsverlauf Januar bis September 2011	
17 Ertragslage	

# Highlights 3. Quartal 2011

## Finanzdaten

### 4.028 Mio. Euro

Umsatz

### 307 Mio. Euro

Quartalsüberschuss auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend

### 451 Mio. Euro

Betriebliches Ergebnis (EBIT)

### 0,71 Euro

Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)

### + 6,5 %

Organisches Umsatzwachstum

+3,8% Wasch-/Reinigungsmittel  
+5,6% Kosmetik/Körperpflege  
+8,7% Adhesive Technologies

### 541 Mio. Euro

Bereinigtes<sup>1)</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT): plus 4,7 Prozent

### 13,4 %

Bereinigtes<sup>1)</sup> Umsatzrendite (EBIT): plus 0,4 Prozentpunkte

14,0% Wasch-/Reinigungsmittel  
14,3% Kosmetik/Körperpflege  
14,4% Adhesive Technologies

### 0,85 Euro

Bereinigtes<sup>1)</sup> Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): plus 6,3 Prozent

### 8,0 %

Netto-Umlaufvermögen auf Vorjahresniveau

## Wichtige Entwicklungen

Alle Unternehmensbereiche mit positivem organischem Umsatzwachstum und mit Marktanteilsgewinnen

Bruttomarge aufgrund von Rohstoffpreisteigerungen gesunken

Alle Unternehmensbereiche mit deutlicher Margensteigerung

Nettoverschuldung auf 1,9 Mrd. Euro gesenkt

<sup>1)</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen (0 Mio. Euro) und Erträge (0 Mio. Euro) sowie Restrukturierungsaufwendungen (90 Mio. Euro).

## Aktuelles

Unsere Geschäftsberichte, unsere Quartalsberichte, aktuelle Daten zu den Henkel-Aktien und -Anleihen sowie Nachrichten, Finanzberichte und Präsentationen zum Unternehmen finden Sie auf der Internetseite von Investor Relations:



[www.henkel.de/ir](http://www.henkel.de/ir)

Im Zug der weiteren Konsolidierung und Optimierung des weltweiten Produktionsnetzwerks haben wir in Shanghai den Grundstein für den Bau unseres weltweit größten Werks für Industrieklebstoffe gelegt. Die hochmoderne Anlage wird ab Ende 2012 insbesondere die steigende Nachfrage nach industriellen Klebstoff-Technologien in China und in der gesamten Region Asien/Pazifik bedienen sowie zum weiteren Ausbau unserer Position in den Wachstumsregionen beitragen. Durch die effiziente Weiterentwicklung der Produktionsprozesse und -abläufe können in dem neuen Werk der Verbrauch von Wasser und Energie deutlich reduziert und die CO<sub>2</sub>-Emissionen gesenkt werden.

Zum fünften Mal in Folge ist Henkel Branchenführer in der Kategorie „Kurzlebige Konsumgüter“ im Dow Jones Sustainability World Index und im Dow Jones Sustainability Index Europe. Die Indizes listen Unternehmen, die nach den Prinzipien einer nachhaltigen Entwicklung wirtschaften.

Mit Wirkung zum 1. Oktober 2011 wurde Kathrin Menges als neues Mitglied in den Henkel-Vorstand berufen. Sie trägt im Vorstand die weltweite Verantwortung für den Unternehmensbereich Personal.

## Die Aktie

Die Aktienmärkte verzeichneten im dritten Quartal 2011 zweistellige Kursverluste. Während der DAX mit Zuspitzung der Schuldenkrise in diesem Zeitraum einen Kursrückgang von 25,4 Prozent zeigte, verlor der Dow Jones Euro Stoxx Consumer Goods Index 20,0 Prozent.

Der Kurs der Henkel-Vorzugsaktie ging in diesem Marktumfeld von 47,87 Euro um 16,4 Prozent auf 40,00 Euro zurück. Damit konnte unsere Aktie dem allgemeinen Rückgang besser standhalten als der DAX und die Aktien aus dem Konsumgüterbereich.

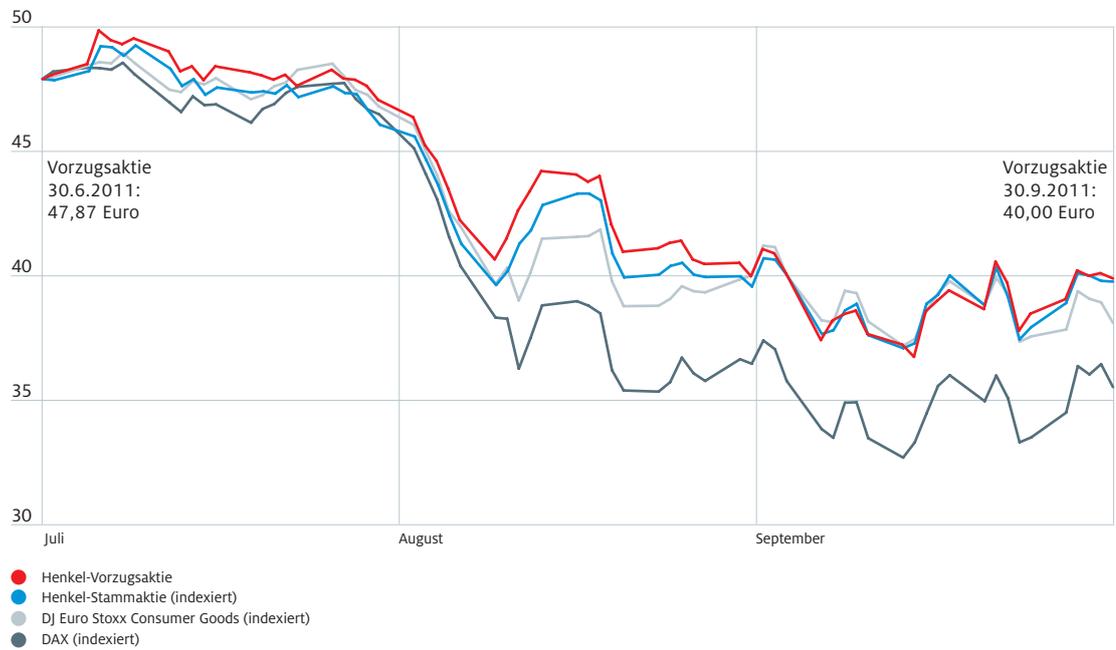
Die Prämie der Vorzugsaktie gegenüber der Stammaktie lag im dritten Quartal bei durchschnittlich 22,4 Prozent.

### Kennzahlen zur Henkel-Aktie im dritten Quartal

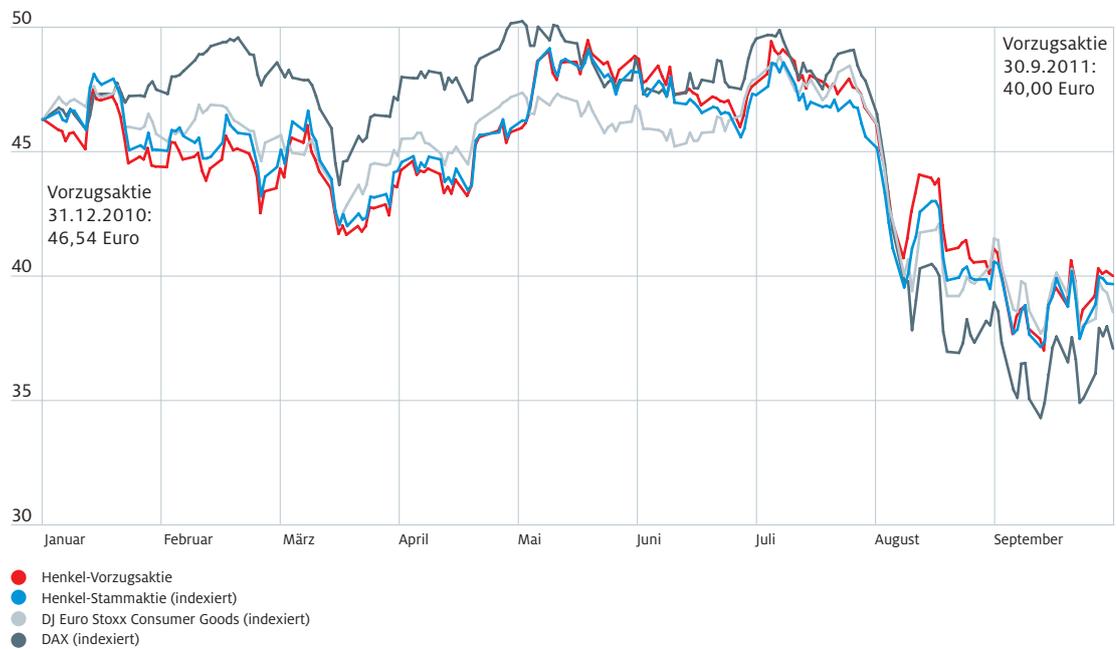
in Euro	3. Q/2010	3. Q/2011
<b>Ergebnis je Aktie</b>		
Stammaktie	0,78	0,70
Vorzugsaktie	0,78	0,71
<b>Börsenkurs zum Quartalsende<sup>1)</sup></b>		
Stammaktie	33,22	32,95
Vorzugsaktie	39,40	40,00
<b>Höchster Börsenkurs<sup>1)</sup></b>		
Stammaktie	33,71	40,61
Vorzugsaktie	40,17	49,77
<b>Niedrigster Börsenkurs<sup>1)</sup></b>		
Stammaktie	31,20	30,78
Vorzugsaktie	36,89	36,90
<b>Marktkapitalisierung<sup>1)</sup> in Mrd. Euro</b>	<b>15,6</b>	<b>15,7</b>
Stammaktie in Mrd. Euro	8,6	8,6
Vorzugsaktie in Mrd. Euro	7,0	7,1

<sup>1)</sup> Aktienschlusskurse Xetra-Handel.

Entwicklung der Henkel-Aktien im Marktvergleich im dritten Quartal 2011  
in Euro



Entwicklung der Henkel-Aktien im Marktvergleich von Januar bis September 2011  
in Euro



# Berichterstattung 3. Quartal 2011

## Umsatz im dritten Quartal in Mio. Euro

2007	3.358
2008	3.760
2009	3.485
2010	3.961
2011	4.028

## Geschäftsverlauf im dritten Quartal 2011

### Wichtige Kennzahlen<sup>1)</sup>

in Mio. Euro	3. Q/2010	3. Q/2011	+/-
Umsatz	3.961	4.028	1,7%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	501	451	-10,0%
Bereinigtes <sup>2)</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT)	517	541	4,7%
Umsatzrendite (EBIT)	12,7%	11,2%	-1,5 pp
Bereinigtes <sup>2)</sup> Umsatzrendite (EBIT)	13,0%	13,4%	0,4 pp
Quartalsüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	337	307	-8,9%
Bereinigtes <sup>2)</sup> Quartalsüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	349	366	4,9%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,78	0,71	-9,0%
Bereinigtes <sup>2)</sup> Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,80	0,85	6,3%

pp = Prozentpunkte

<sup>1)</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

<sup>2)</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

### Ertragslage

Im dritten Quartal 2011 erzielten wir einen Umsatzanstieg von 1,7 Prozent auf 4.028 Mio. Euro. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 5,7 Prozent. Die organische Umsatzentwicklung – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – zeigte mit plus 6,5 Prozent erneut eine hohe Steigerungsrate im Vergleich zum Vorjahresquartal.

### Umsatzveränderung<sup>1)</sup>

in Prozent	3. Q/2011
Veränderung zum Vorjahr	1,7
Wechselkurseffekte	-4,0
Bereinigt um Wechselkurseffekte	5,7
Akquisitionen/Divestments	-0,8
<b>Organisch</b>	<b>6,5</b>
Davon Preis	4,0
Davon Menge	2,5

<sup>1)</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Zu dieser positiven Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei: Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel zeigte eine erfreuliche organische Wachstumsrate von 3,8 Prozent, die ausschließlich preisgetrieben war. Das starke organische Umsatzwachstum des Unternehmensbereichs Kosmetik/Körperpflege in Höhe von 5,6 Prozent wurde durch deutliche Mengensteigerungen erreicht. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies erzielte ein starkes organisches Umsatzwachstum von 8,7 Prozent, das sowohl von Mengensteigerungen als auch von erfolgreich durchgeführten Preiserhöhungen getragen wurde. Unsere weltweiten Marktanteile haben wir in allen drei Unternehmensbereichen weiter ausgebaut.

Im dritten Quartal 2011 kam es zu keinen wesentlichen Veränderungen in unseren Absatzmärkten und bei unseren Wettbewerbspositionen, wie wir sie im **GB** Geschäftsbericht 2010 ab Seite 66 beschrieben haben.

### Preis- und Mengeneffekte im dritten Quartal 2011

in Prozent	Organisches Umsatz- wachstum	Davon Preis	Davon Menge
Wasch-/Reinigungsmittel	3,8	3,8	0,0
Kosmetik/Körperpflege	5,6	-0,7	6,3
Adhesive Technologies	8,7	6,2	2,5
<b>Henkel-Konzern</b>	<b>6,5</b>	<b>4,0</b>	<b>2,5</b>

Um unsere Strukturen kontinuierlich an unsere Märkte und Kunden anzupassen, haben wir die Restrukturierungsaufwendungen von 26 Mio. Euro auf 90 Mio. Euro erhöht, vor allem in Westeuropa und Nordamerika. Wir bauen unsere Shared Service Center weiter aus, stellen unsere Organisation im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel noch effizienter auf und optimieren das Produktionsnetzwerk im Unternehmensbereich Adhesive Technologies weiter.

Im Folgenden werden die um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen bereinigten betrieblichen Aufwands- und Ertragsposten bis zum betrieblichen Ergebnis kommentiert. Die Überleitungsrechnung sowie die Verteilung der Restrukturierungsaufwendungen auf die Kostenzeilen der Gewinn- und Verlustrechnung finden Sie auf **Q3** Seite 25.

Überleitung vom Umsatz zum bereinigten betrieblichen Ergebnis<sup>1)</sup>

in Mio. Euro	3. Q/2010	%	3. Q/2011	%	Veränderung
Umsatzerlöse	3.961	100,0	4.028	100,0	1,7%
Kosten der umgesetzten Leistungen	-2.098	-53,0	-2.187	-54,3	4,2%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>1.863</b>	<b>47,0</b>	<b>1.841</b>	<b>45,7</b>	-1,2%
Marketing- und Vertriebsaufwendungen	-1.086	-27,4	-1.018	-25,3	-6,3%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	-94	-2,4	-94	-2,3	0,0%
Verwaltungsaufwendungen	-182	-4,6	-179	-4,4	-1,6%
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	16	0,4	-9	-0,2	>-100%
<b>Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>517</b>	<b>13,0</b>	<b>541</b>	<b>13,4</b>	<b>4,7%</b>

<sup>1)</sup> Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

Die Kosten der umgesetzten Leistungen erhöhten sich bedingt durch Rohstoffpreisanstiege gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 4,2 Prozent auf 2.187 Mio. Euro. Das Bruttoergebnis vom Umsatz sank auf 1.841 Mio. Euro; die Bruttomarge verringerte sich damit um 1,3 Prozentpunkte auf 45,7 Prozent. Den negativen Einfluss von etwa 600 Basispunkten aus Erhöhungen der Kosten der umgesetzten Leistungen konnten wir zu etwa 75 Prozent durch Erhöhung unserer Absatzpreise, Einsparungen aus Kostensenkungs-Maßnahmen und konsequente Effizienzverbesserungen in Produktion und Supply Chain kompensieren.

Die Marketing- und Vertriebsaufwendungen gingen um 6,3 Prozent auf 1.018 Mio. Euro zurück; dies war im Wesentlichen durch Umschichtungen in den Marketingbudgets der Konsumentengeschäfte bedingt. Der Gesamtaufwand für Marketing und Promotionsaktivitäten blieb hingegen im Vorjahresvergleich unverändert. Für Forschung und Entwicklung wendeten wir insgesamt 94 Mio. Euro beziehungsweise 2,3 Prozent vom Umsatz auf. Die Verwaltungsaufwendungen in Relation zum Umsatz lagen durch die Ausweitung unserer Shared Service Center mit 4,4 Prozent leicht unterhalb des Niveaus von 4,6 Prozent im dritten Quartal 2010.

Der Saldo aus Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen ging von 16 Mio. Euro auf -9 Mio. Euro zurück, unter anderem durch höhere periodenfremde Aufwendungen sowie weniger Erträge durch die Auflösung von Rückstellungen.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 4,7 Prozent von 517 Mio. Euro auf 541 Mio. Euro. Zu dieser Verbesserung trugen alle drei Unternehmensbereiche bei. Trotz des Einflusses steigender Preise für Rohstoffe und Verpackungen haben wir die Umsatzrendite des Konzerns von 13,0 auf 13,4 Prozent steigern können. Die deutlichste Margenverbesserung zeigte der Unterneh-

mensbereich Kosmetik/Körperpflege mit einer Steigerung von 13,6 auf 14,3 Prozent. Hierzu trug neben der ausgezeichneten Umsatzentwicklung das konsequente Kostenmanagement bei. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies steigerte seine Umsatzrendite aufgrund von Erhöhungen der Verkaufspreise und Effizienzsteigerungen ebenfalls deutlich von 13,8 auf 14,4 Prozent. Im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel erzielten wir aufgrund steigender Absatzpreise und konsequenten Kostenmanagements eine Margenverbesserung um 0,4 Prozentpunkte auf 14,0 Prozent.

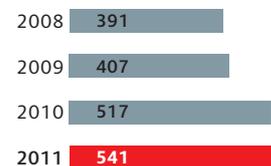
Das Finanzergebnis blieb mit -37 Mio. Euro auf dem Niveau des Vorjahresquartals. Die Steuerquote betrug 24,2 Prozent (bereinigt: 26,0 Prozent). Der Quartalsüberschuss sank um 8,5 Prozent von 343 Mio. Euro auf 314 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 7 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 307 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 337 Mio. Euro). Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 366 Mio. Euro gegenüber 349 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) ging von 0,78 Euro auf 0,71 Euro zurück. Bereinigt lag es bei 0,85 Euro gegenüber 0,80 Euro im Vorjahresquartal.

Bereinigte Bruttomarge  
im dritten Quartal

in Prozent vom Umsatz

Bereinigtes betriebliches  
Ergebnis (EBIT) im  
dritten Quartal

in Mio. Euro

Bereinigtes Ergebnis  
je Vorzugsaktie  
im dritten Quartal

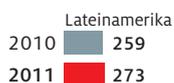
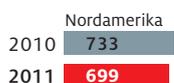
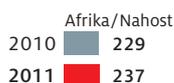
in Euro



## Regionale Entwicklung

### Umsatz nach Regionen im dritten Quartal\*)

in Mio. Euro



\*) Ohne Corporate.

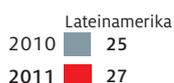
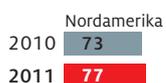
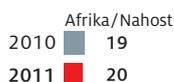
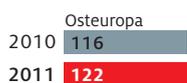
### Eckdaten Henkel nach Regionen im dritten Quartal 2011<sup>1)</sup>

in Mio. Euro	West-europa	Ost-europa	Afrika/Nahost	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/Pazifik	Corporate <sup>2)</sup>	Konzern
<b>Regionen</b>								
Umsatz Juli – September 2011	1.422	775	237	699	273	586	38	4.028
Umsatz Juli – September 2010	1.369	743	229	733	259	579	49	3.961
Veränderung gegenüber Vorjahr	3,8%	4,2%	3,1%	-4,6%	5,4%	1,2%	-	1,7%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	3,7%	10,7%	13,1%	4,0%	11,0%	3,6%	-	5,7%
Organisch	3,8%	10,3%	13,1%	4,0%	11,0%	7,6%	-	6,5%
<b>Anteil am Konzernumsatz</b>								
Juli – September 2011	35%	19%	6%	17%	7%	15%	1%	100%
Juli – September 2010	34%	19%	6%	18%	7%	15%	1%	100%
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>								
Juli – September 2011	169	122	20	77	27	76	-38	451
Juli – September 2010	200	116	19	73	25	87	-19	501
Veränderung gegenüber Vorjahr	-15,5%	4,5%	5,2%	5,5%	6,0%	-12,7%	-	-10,0%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	-15,9%	10,6%	19,1%	15,1%	12,5%	-9,6%	-	-6,6%
<b>Umsatzrendite (EBIT)</b>								
Juli – September 2011	11,9%	15,7%	8,5%	11,1%	9,8%	12,9%	-	11,2%
Juli – September 2010	14,6%	15,7%	8,4%	10,0%	9,7%	15,0%	-	12,7%

<sup>1)</sup> Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.<sup>2)</sup> Corporate = Umsätze und Leistungen, die nicht den Regionen und den Unternehmensbereichen zugeordnet werden können.

### Betriebliches Ergebnis (EBIT) nach Regionen im dritten Quartal\*)

in Mio. Euro



\*) Ohne Corporate.

Im Folgenden werden die berichteten Ergebnisse kommentiert:

In der Region **Westeuropa** verbesserten wir in einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld den Umsatz gegenüber dem dritten Quartal 2010 organisch um 3,8 Prozent. Haupttreiber war das Umsatzwachstum in Deutschland. Trotz sich verschärfender Finanzkrise in Südeuropa zeigte insbesondere Italien ein erfreuliches Wachstum.

Das betriebliche Ergebnis der Region sank – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 15,9 Prozent. Dies war durch die überproportional hohen Restrukturierungsaufwendungen in der Region Westeuropa bedingt. Die Umsatzrendite der Region reduzierte sich entsprechend um 2,7 Prozentpunkte auf 11,9 Prozent.

In der Region **Osteuropa** steigerten wir den Umsatz organisch um 10,3 Prozent. Hierzu trugen vor allem unsere Geschäfte in der Türkei sowie unser Klebstoffgeschäft in Russland bei.

Das betriebliche Ergebnis der Region erhöhte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 10,6 Prozent. Die Umsatzrendite der Region blieb stabil bei 15,7 Prozent.

In der Region **Afrika/Nahost** war unser Wachstum zwar weiterhin durch die politischen Unruhen in einigen Ländern beeinflusst, jedoch erzielten wir erneut ein zweistelliges organisches Wachstum von 13,1 Prozent. Hierzu konnte insbesondere unser Klebstoffgeschäft einen starken Beitrag leisten.

Das betriebliche Ergebnis der Region verbesserten wir – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 19,1 Prozent. Die Umsatzrendite erhöhte sich leicht um 0,1 Prozentpunkte auf 8,5 Prozent.

Der Umsatz in der Region **Nordamerika** wuchs trotz eines verhaltenen Konsumklimas in den USA organisch um 4,0 Prozent.

Das betriebliche Ergebnis der Region konnten wir – bereinigt um Wechselkurseffekte – trotz Restrukturierungsaufwendungen um 15,1 Prozent steigern. Die Umsatzrendite der Region erhöhte sich von 10,0 Prozent im Vorjahresquartal auf 11,1 Prozent.

Eckdaten Henkel nach Regionen im Dreivierteljahr 2011<sup>1)</sup>

in Mio. Euro	West-europa	Ost-europa	Afrika/Nahost	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/Pazifik	Corporate <sup>2)</sup>	Konzern
<b>Regionen</b>								
Umsatz Januar – September 2011	4.280	2.159	689	2.051	798	1.710	117	11.804
Umsatz Januar – September 2010	4.114	1.996	678	2.091	734	1.601	148	11.363
Veränderung gegenüber Vorjahr	4,0%	8,2%	1,8%	-1,9%	8,7%	6,8%	-	3,9%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	3,6%	11,7%	9,3%	4,4%	10,3%	7,3%	-	6,2%
Organisch	3,4%	11,4%	9,3%	4,6%	10,2%	10,1%	-	6,6%
<b>Anteil am Konzernumsatz</b>								
Januar – September 2011	36%	18%	6%	17%	7%	15%	1%	100%
Januar – September 2010	36%	18%	6%	19%	6%	14%	1%	100%
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>								
Januar – September 2011	593	300	56	200	81	283	-94	1.418
Januar – September 2010	555	248	59	247	80	237	-84	1.344
Veränderung gegenüber Vorjahr	6,8%	20,8%	-6,7%	-19,0%	1,2%	19,1%	-	5,5%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	6,3%	24,7%	3,0%	-13,4%	3,0%	20,2%	-	7,6%
<b>Umsatzrendite (EBIT)</b>								
Januar – September 2011	13,8%	13,9%	8,1%	9,8%	10,2%	16,5%	-	12,0%
Januar – September 2010	13,5%	12,4%	8,8%	11,8%	10,9%	14,8%	-	11,8%

<sup>1)</sup> Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

<sup>2)</sup> Corporate = Umsätze und Leistungen, die nicht den Regionen und den Unternehmensbereichen zugeordnet werden können.

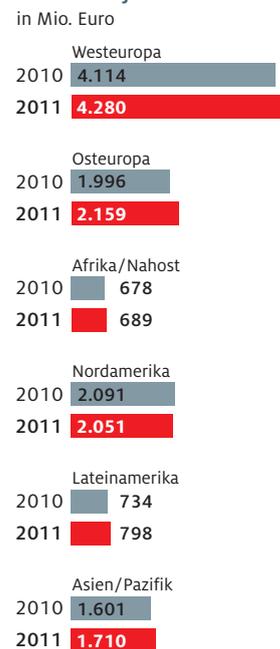
Den Umsatz in der Region **Lateinamerika** steigern wir organisch um 11,0 Prozent. Insbesondere unsere Geschäftsentwicklung in Mexiko und Venezuela trug zu dieser Verbesserung bei.

Das betriebliche Ergebnis erhöhten wir – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 12,5 Prozent. Die Umsatzrendite der Region verbesserte sich leicht um 0,1 Prozentpunkte auf 9,8 Prozent.

In der Region **Asien/Pazifik** hatte die Entwicklung in Japan einen dämpfenden Einfluss auf das lokale Umsatzwachstum. Die Region zeigte mit einem organischen Wachstum von 7,6 Prozent weiterhin eine positive Entwicklung, insbesondere getragen durch die zweistelligen Wachstumsraten in China und Indien.

Das betriebliche Ergebnis sank im Wesentlichen aufgrund der Ereignisse in Japan – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 9,6 Prozent. Die Umsatzrendite reduzierte sich dementsprechend um 2,1 Prozentpunkte auf 12,9 Prozent.

Besondere Impulse für unser Umsatzwachstum kamen wiederum aus den **Wachstumsregionen** Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan). Deren Umsatz konnten wir um 3,4 Prozent auf 1.713 Mio. Euro steigern. Damit erreichten die Wachstumsregionen einen Anteil am Konzernumsatz von 43 Prozent (im dritten Quartal 2010: 42 Prozent). Das organische Wachstum lag bei 10,9 Prozent und damit weiterhin im zweistelligen Bereich, insbesondere getragen von den Unternehmensbereichen Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege.

Umsatz nach Regionen im Dreivierteljahr<sup>\*)</sup>

<sup>\*)</sup> Ohne Corporate.

Betriebliches Ergebnis (EBIT) nach Regionen im Dreivierteljahr<sup>\*)</sup>

<sup>\*)</sup> Ohne Corporate.

## Wasch- / Reinigungsmittel

### Umsatz im dritten Quartal

in Mio. Euro

2007	1.053
2008	1.068
2009	1.035
2010	1.123
2011	1.110

### Wichtige Kennzahlen<sup>1)</sup>

in Mio. Euro	3. Q/2010	3. Q/2011	+/-	1-9/2010	1-9/2011	+/-
Umsatz	1.123	1.110	-1,2%	3.258	3.258	-
Anteil am Konzernumsatz	28%	28%		29%	28%	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	139	125	-10,4%	427	382	-10,6%
Bereinigtes <sup>2)</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT)	153	155	1,6%	424	428	0,7%
Umsatzrendite (EBIT)	12,4%	11,2%	-1,2 pp	13,1%	11,7%	-1,4 pp
Bereinigtes <sup>2)</sup> Umsatzrendite (EBIT)	13,6%	14,0%	0,4 pp	13,0%	13,1%	0,1 pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	20,6%	21,9%	1,3 pp	21,9%	22,0%	0,1 pp

pp = Prozentpunkte

<sup>1)</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.<sup>2)</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

### Umsatz im Dreivierteljahr

in Mio. Euro

2007	3.146
2008	3.111
2009	3.106
2010	3.258
2011	3.258

### Umsatzveränderung<sup>1)</sup>

in Prozent	3. Q/2011	1-9/2011
Veränderung zum Vorjahr	-1,2	0,0
Wechselkurseffekte	-4,0	-2,6
Bereinigt um Wechselkurseffekte	2,8	2,6
Akquisitionen/Divestments	-1,0	-0,5
Organisch	3,8	3,1
Davon Preis	3,8	0,6
Davon Menge	0,0	2,5

<sup>1)</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Im Unternehmensbereich **Wasch-/Reinigungsmittel** stieg der Umsatz im dritten Quartal organisch – also bereinigt um Akquisitionen/Divestments und Wechselkurseffekte – um 3,8 Prozent. Die positive Preisentwicklung aus dem zweiten Quartal konnten wir weiter beschleunigen, so dass das gesamte organische Wachstum im dritten Quartal preisgetrieben war. Die Volumenentwicklung lag trotz leichten Rückgangs in unseren relevanten Märkten auf dem Niveau des Vorjahresquartals.

Positive Impulse für die organische Umsatzentwicklung kamen aus den Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika/Nahost und Lateinamerika. Die Region Afrika/Nahost hat sich nach der politischen Krise weiter erholt und trug erneut mit einer hohen einstelligen Wachstumsrate zum organischen Wachstum bei. Die Wachstumsmotoren in Osteuropa waren Russland, Polen und die Türkei. Das organische Wachstum in Lateinamerika wurde positiv beeinflusst von Persil, das wir Anfang des Jahres in Mexiko eingeführt haben. In Nordamerika lag der Umsatz in einem weiterhin rückläufigen Markt auch im dritten Quartal organisch über dem Vorjahresquartal. Auch in Westeuropa erzielten wir ein Umsatzplus – insbesondere getragen durch ein weiterhin starkes Wachstum in Deutschland sowie eine gute Entwicklung in Italien. Unser Umsatzanstieg in weiter rückläufigen Märkten hat auch im dritten Quartal 2011 zu einer Steigerung unserer globalen Marktanteile geführt. Vor allem in Deutschland, Osteuropa und den USA – hier insbesondere bei Waschmitteln – konnten wir unsere Marktanteile weiter deutlich ausbauen.

### Innovation



#### Perwoll mit „Re-new Effekt“

Der neuartige „Re-new Effekt“ in den Rezepturen des Feinwaschmittels Perwoll „Brillante Farben“, „Intensives Schwarz“ und „Strahlendes Weiß“ glättet aufgeraute Textilfasern und lässt so verblasste Farben wieder leuchten. Denn nur glatte Fasern können das Licht optimal reflektieren und Farben wieder zum Strahlen bringen. Perwoll mit den neuen Rezepturen wird in den Hauptmärkten Westeuropas eingeführt. [www.perwoll.de](http://www.perwoll.de)

Weitere Informationen zu unseren Produktneuheiten finden Sie in unserem „Innovation Letter“ auf der Internetseite von Investor Relations: [www.henkel.de/ir](http://www.henkel.de/ir)

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) konnten wir weiter steigern. Die bereinigte Umsatzrendite in Höhe von 14,0 Prozent liegt über dem Niveau des Vorjahresquartals und mit einem Prozentpunkt auch deutlich über dem zweiten Quartal 2011. Das dritte Quartal wurde abermals durch hohe Rohstoffpreise belastet. Durch eigene Preiserhöhungen sowie fortgesetzte Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung in Produktion und Supply Chain ist es allerdings gelungen, den Materialkostenanstieg in der Bruttomarge zu einem großen Teil zu kompensieren. Die Umsatzrendite konnte durch Kosteneinsparungen weiter verbessert werden. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) stieg von 20,6 Prozent im dritten Quartal 2010 auf nun 21,9 Prozent. Auf Basis des bereinigten betrieblichen Ergebnisses verzeichnete der ROCE einen noch größeren Anstieg. Das Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz haben wir erneut deutlich gesenkt und konnten einen negativen Wert erzielen. Hierzu trugen insbesondere die kontinuierliche Verbesserung des Managements der Kundenforderungen und gestiegene Lieferantenverbindlichkeiten bei.

Der Geschäftsbereich *Waschmittel* wies auch im dritten Quartal eine sehr starke Entwicklung auf. Die stärksten Wachstumsimpulse gingen dabei weiterhin von den Universalwaschmitteln aus. Hier zeigte unsere Kernmarke Persil abermals eine zweistellige Wachstumsrate, zu der das starke Geschäft in Deutschland, aber auch die erfolgreichen Markteintritte von Persil in Mexiko und Südkorea beitrugen. Zudem unterstützten innovative Produkteinführungen die Umsatzsteigerung. Ein Beispiel hierfür ist Persil Black-Gel, das wir im zweiten Quartal erfolgreich in Westeuropa eingeführt haben. Des Weiteren sind unsere Perwoll-Feinwaschmittel jetzt mit dem innovativen „Re-new Effekt“ erhältlich (siehe „Innovation“ links unten). Der positive Trend bei den Weichspü-

lern wurde weiterhin von den zu Beginn des Jahres in den USA erfolgreich eingeführten Purex Crystals verstärkt. Auch die innovativen Varianten von Vernel insbesondere zur Hygiene und Reinheit trugen zu der positiven Entwicklung bei.

Im Geschäftsbereich *Reinigungsmittel* haben wir den Umsatz des Vorjahresquartals organisch knapp verfehlt, da unser Lufterfrischer-Geschäft in Nordamerika bedingt durch eine stark negative Marktentwicklung rückläufig war. Bei den WC-Produkten erzielten wir dagegen deutliche Umsatzsteigerungen, insbesondere durch Bref Power Active – WC Frisch Kraft Aktiv in Deutschland. Ebenfalls positiv entwickelten sich die Umsätze der Maschinengeschirrspülmittel, die von der Einführung von Somat 10 in Deutschland profitierten. Somat 10 löst sich mit seiner Sofort-Aktiv-Formel in der Geschirrspülmaschine schneller auf und kann so von Anfang an seine starke Reinigungsleistung entfalten. Das gilt für alle Spülprogramme: Dank des Niedrigtemperatur-Aktivators wirkt Somat 10 bereits bei 40 Grad Celsius. Dadurch werden sowohl Gläser und Geschirr geschont als auch Energie gespart.

#### Ausblick

Wir erwarten für 2011 ein Andauern der schwierigen Marktbedingungen. Wir wollen unsere weltweite Marktposition ausbauen und uns beim organischen Umsatzwachstum erneut besser entwickeln als unsere relevanten Märkte, für die wir eine leicht rückläufige Entwicklung erwarten. Durch die bereits durchgeführten und noch geplanten Preiserhöhungen sowie unsere Maßnahmen zur Verbesserung der Kostenstruktur erwarten wir bei der bereinigten Umsatzrendite – trotz anhaltend hoher Materialpreise – eine leichte Steigerung gegenüber dem Vorjahr (2010: 13,0 Prozent).

#### Top-Marken

The logo for Persil, featuring the word "Persil" in a bold, red, sans-serif font.The logo for Purex, featuring the word "Purex" in a blue, sans-serif font with a white outline.The logo for Dixan, featuring the word "Dixan" in a bold, red, sans-serif font.

## Kosmetik / Körperpflege

### Umsatz im dritten Quartal

in Mio. Euro

2007	768
2008	770
2009	764
2010	845
2011	860

### Wichtige Kennzahlen<sup>1)</sup>

in Mio. Euro	3. Q/2010	3. Q/2011	+/-	1-9/2010	1-9/2011	+/-
Umsatz	845	860	1,9%	2.471	2.562	3,7%
Anteil am Konzernumsatz	21%	21%		22%	22%	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	113	111	-1,2%	325	364	12,0%
Bereinigtes <sup>2)</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT)	115	123	7,0%	325	360	10,8%
Umsatzrendite (EBIT)	13,4%	13,0%	-0,4 pp	13,1%	14,2%	1,1 pp
Bereinigte <sup>2)</sup> Umsatzrendite (EBIT)	13,6%	14,3%	0,7 pp	13,2%	14,1%	0,9 pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	21,3%	22,0%	0,7 pp	20,8%	24,4%	3,6 pp

pp = Prozentpunkte

<sup>1)</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.<sup>2)</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

### Umsatz im Dreivierteljahr

in Mio. Euro

2007	2.241
2008	2.257
2009	2.274
2010	2.471
2011	2.562

### Umsatzveränderung<sup>1)</sup>

in Prozent	3. Q/2011	1-9/2011
Veränderung zum Vorjahr	1,9	3,7
Wechselkurseffekte	-3,1	-1,5
Bereinigt um Wechselkurseffekte	5,0	5,2
Akquisitionen/Divestments	-0,6	-0,4
<b>Organisch</b>	<b>5,6</b>	<b>5,6</b>
Davon Preis	-0,7	-0,8
Davon Menge	6,3	6,4

<sup>1)</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Auch im dritten Quartal setzte der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** seinen kontinuierlichen Wachstumstrend fort. Wie in den Vorquartalen lag das organische Wachstum – also bereinigt um Akquisitionen/Divestments und Wechselkurseffekte – mit 5,6 Prozent erneut über dem der relevanten Märkte. Trotz des anhaltend schwierigen und wettbewerbsintensiven Marktumfelds konnten wir unsere Marktanteile weiter ausbauen. Bei einem leicht unter dem Vorjahres-

quartal liegenden Preisniveau wurde das organische Umsatzwachstum von deutlichen Mengensteigerungen – unterstützt durch ein starkes Innovationsprogramm – getragen.

Alle Regionen trugen zu dieser deutlichen Umsatzerhöhung bei. Die stärksten Zuwächse verzeichneten wiederum die Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika sowie Asien (ohne Japan). Dort konnten wir insgesamt erneut im zweistelligen Bereich zulegen. Insbesondere China entwickelte sich durch ein starkes Kerngeschäft und zahlreiche Produktneueinführungen sehr dynamisch. Auch in den reifen Märkten steigerten wir den Umsatz. Neben einem deutlichen Umsatzplus in Westeuropa entwickelte sich Nordamerika positiv gegenüber dem Vorjahresquartal und zeigte ein Wachstum über dem der relevanten Märkte.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) erhöhten wir im dritten Quartal sehr stark um 7 Prozent auf 123 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite

### Innovation



#### Osis Style Shifters

Osis, die trendige Styling-Marke von Schwarzkopf Professional, beweist einmal mehr Innovationskraft mit einzigartigen Verpackungen und Inhalten: Die handlichen, neonfarbigen Style Shifters ermöglichen mit ihren sprühbaren Texturen überraschende Haarstyling-Effekte. Dank einer neuen flüssigen Polymer-Technologie lässt sich das Haar jederzeit nach Belieben umformen.

[www.schwarzkopf-professional.de](http://www.schwarzkopf-professional.de)

Weitere Informationen zu unseren Produktneheiten finden Sie in unserem „Innovation Letter“ auf der Internetseite von Investor Relations: [www.henkel.de/ir](http://www.henkel.de/ir)

stieg auf einen neuen Höchstwert von 14,3 Prozent. Damit erreichten wir eine deutliche Verbesserung zum Vorjahresquartal um 0,7 Prozentpunkte. Durch Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung in Produktion und Supply Chain gelang es uns, anhaltend hohe Rohstoff- und Verpackungspreise in der Bruttomarge teilweise zu kompensieren. Unsere kontinuierliche Margenverbesserung setzten wir durch weitere Kosteneinsparungen fort. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) steigerten wir um 0,7 Prozentpunkte auf 22,0 Prozent. Neben dem verbesserten betrieblichen Ergebnis trug die weitere Reduktion der Kapitalbasis zu diesem hohen Wert bei. Das Netto-Umlaufvermögen im Verhältnis zum Umsatz lag leicht über dem Niveau des Vorjahresquartals.

Unser *Markenartikelgeschäft* konnte den Umsatz auch im dritten Quartal deutlich steigern. Wachstumstreiber war erneut das starke Haargeschäft. In Westeuropa, Osteuropa, Lateinamerika, Afrika/Nahost und Asien/Pazifik bauten wir die Marktanteile aus. Im Haarpflegesegment haben wir unter der Marke Gliss Kur nach dem Erfolg der Linie Ultimate Repair das pflegende Öl-Elixir eingeführt. Im Colorationsbereich setzte der erfolgreiche Roll-out der neuen Sublinie Syoss Mixing Colors zusätzliche Wachstumsimpulse. Neben einem weiteren Anstieg der Marktanteile in Westeuropa ist Syoss nunmehr in einigen Ländern die Nummer 1 der Colorationsmarken. Im Bereich Haarstyling trug die internationale Einführung von Taft Heidi's Heat Styles zu einer positiven Entwicklung bei. In der Körperpflege ist die Marke Fa hervorzuheben: Sie erreichte ein zweistelliges Umsatzwachstum. Zusätzlich zum starken Wachstum des bestehenden Portfolios wurde dies getrieben durch den weiteren Roll-out der Innovation Fa NutriSkin. Auch im hart umkämpften deutschen Markt erreichten wir damit hervorragende Marktanteile. Unsere

Männer-Marke Right Guard haben wir – unterstützt durch zahlreiche Aktivitäten – nun auch in der Region Afrika/Nahost erfolgreich eingeführt. In Großbritannien erreichte die Marke auch über Innovationen wie Xtreme Dry sehr gute Marktanteile. In Nordamerika stand bei Right Guard die Etablierung des innovativen Right Guard 5-in-1 Bodywash im Vordergrund.

Das *Friseurgeschäft* setzte auch im dritten Quartal 2011 sein sehr hohes Wachstum fort und knüpfte damit an die positive Entwicklung der Vorquartale an. Treiber des anhaltenden Erfolgs waren auch hier die Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika sowie Asien/Pazifik (ohne Japan), die jeweils zweistellige Wachstumsraten erreichten. Wachstumsimpulse setzte vor allem [3D]Mension, eine friseurexklusive Marke, die speziell für alle Bedürfnisse der Männerhaarpflege entwickelt wurde. Unterstützt wurde das starke Wachstum durch die erfolgreiche Markteinführung des strukturgebenden Stylingsprays Osis Style Shifters (siehe „Innovation“ links unten).

#### Ausblick

Wir erwarten für 2011 ein Andauern der schwierigen Marktbedingungen. Mit der Fortführung unserer Innovationsoffensive wollen wir unsere weltweiten Marktpositionen ausbauen und uns beim organischen Umsatzwachstum weiter besser entwickeln als unsere relevanten Märkte, für die wir bestenfalls eine konstante Entwicklung erwarten. Durch die Fortsetzung unserer Aktivitäten zur Verbesserung der Kostenstruktur und Steigerung der Effizienz erwarten wir bei der bereinigten Umsatzrendite – trotz anhaltend hoher Materialpreise – einen Anstieg gegenüber dem Vorjahr (2010: 13,3 Prozent).

#### Top-Marken



Schwarzkopf



SYOSS

# Adhesive Technologies

## Umsatz im dritten Quartal

in Mio. Euro

2007	1.474
2008	1.860
2009	1.630
2010	1.945
2011	2.020

## Wichtige Kennzahlen<sup>1)</sup>

in Mio. Euro

	3. Q/2010	3. Q/2011	+/-	1-9/2010	1-9/2011	+/-
Umsatz	1.945	2.020	3,9%	5.486	5.867	6,9%
Anteil am Konzernumsatz	49%	50%		48%	50%	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	268	254	-5,4%	676	767	13,5%
Bereinigtes <sup>2)</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT)	268	291	8,6%	725	816	12,6%
Umsatzrendite (EBIT)	13,8%	12,6%	-1,2 pp	12,3%	13,1%	0,8 pp
Bereinigte <sup>2)</sup> Umsatzrendite (EBIT)	13,8%	14,4%	0,6 pp	13,2%	13,9%	0,7 pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	14,3%	14,5%	0,2 pp	12,7%	14,8%	2,1 pp

pp = Prozentpunkte

<sup>1)</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.<sup>2)</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

## Umsatz im Dreivierteljahr

in Mio. Euro

2007	4.320
2008	5.040
2009	4.681
2010	5.486
2011	5.867

## Umsatzveränderung<sup>1)</sup>

in Prozent

	3. Q/2011	1-9/2011
Veränderung zum Vorjahr	3,9	6,9
Wechselkurseffekte	-4,6	-2,5
Bereinigt um Wechselkurseffekte	8,5	9,4
Akquisitionen/Divestments	-0,2	-0,2
Organisch	8,7	9,6
Davon Preis	6,2	4,6
Davon Menge	2,5	5,0

<sup>1)</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Der Umsatz des Unternehmensbereichs **Adhesive Technologies** hat erstmals den Wert von 2 Mrd. Euro in einem Quartal überschritten. Damit wuchs unser Klebstoffgeschäft wiederum deutlich stärker als die relevanten Märkte. Den Umsatz konnten wir organisch – also bereinigt um Akquisitionen/Divestments und Wechselkurseffekte – um 8,7 Prozent steigern. Diese positive Entwicklung

wurde sowohl von Mengensteigerungen als auch von erfolgreich durchgeführten Preiserhöhungen getragen.

Alle Regionen haben zu dem positiven Wachstum beigetragen. Neben einer deutlichen Umsatzsteigerung in den reifen Märkten haben die Wachstumsregionen wiederum besondere Impulse gegeben. Dabei zeigten Afrika/Nahost und Osteuropa, insbesondere Russland, auch in diesem Quartal die höchsten Zuwachsraten. Das Umsatzwachstum in den Wachstumsregionen Asien (ohne Japan) und Lateinamerika legte ebenfalls stark zu.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) verbesserten wir im Vergleich zum Vorjahresquartal erneut signifikant um 8,6 Prozent auf 291 Mio. Euro. Damit konnten wir die erheblich gestiegenen Rohstoff- und Verpackungspreise durch Preiserhöhungen und Kostensenkungen sowie Effizienz-

## Innovation



### Aerodag Ceramishield

Langfristigen Spritzschutz für sogenannte MIG/MAG-Schweißgeräte bietet die keramische Schutzbeschichtung Aerodag Ceramishield. Die silikonfreie Beschichtung reduziert deutlich die Anhaftung von flüssigen Metallspritzern, die beim Verschweißen von Metallen entstehen. Im Vergleich zu herkömmlichen Schweißschutzsprays spart Aerodag Ceramishield 40 Prozent Kosten und 7 Prozent Zeit. [www.ceramishield.com](http://www.ceramishield.com)

Weitere Informationen zu unseren Produktneuheiten finden Sie in unserem „Innovation Letter“ auf der Internetseite von Investor Relations: [www.henkel.de/ir](http://www.henkel.de/ir)

steigerungen zum großen Teil kompensieren. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich daher auf einen neuen Höchstwert von 14,4 Prozent. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) konnten wir im Vergleich zum Vorjahr leicht auf 14,5 Prozent verbessern. Das Verhältnis von Netto-Umlaufvermögen zum Umsatz hat sich im Vergleich zum Vorjahr erhöht.

Der Umsatz im Geschäftsfeld *Klebstoffe für Handwerker, Konsumenten und Bau* trug mit seinem zweistelligen Wachstum im Berichtszeitraum besonders stark zur positiven Geschäftsentwicklung bei. In den Regionen Afrika/Nahost und Osteuropa haben wir die höchsten Umsatzzuwächse erreicht.

Auch das Geschäftsfeld *Transport und Metall* setzte seine sehr starke Umsatzentwicklung weiter fort. In den Wachstumsregionen verzeichneten wir erneut eine starke Umsatzsteigerung. Auch in Westeuropa entwickelte sich dieses Geschäft besonders stark und wuchs im zweistelligen Bereich.

Im Geschäftsfeld *Allgemeine Industrie* trugen alle Regionen zum starken Wachstum bei. In Afrika/Nahost, Osteuropa und Lateinamerika entwickelte sich das Geschäft besonders gut.

Das stärkste Umsatzwachstum erzielten wir im Geschäftsfeld *Verpackungs-, Konsumgüter- und Konstruktionsklebstoffe*. Die höchsten Steigerungsraten haben wir dabei in den Wachstumsregionen erreicht. Auch in Nordamerika entwickelte sich dieses Geschäft sehr erfreulich.

Der Umsatz im Geschäftsfeld *Elektronik* bewegte sich leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Positive Umsatzimpulse gab es aber insbesondere in Nordamerika, während die Region Asien/Pazifik leicht rückläufig war.

Für die Entwicklung weiterer innovativer Technologien im Bereich Flexible Elektronik haben wir eine Zusammenarbeit mit dem Holst Centre, einer offenen Innovationsinitiative der Forschungsorganisationen imec (Belgien) und TNO (Niederlande), vereinbart. Das gemeinsame Forschungsprogramm soll unter anderem neue Klebstoff-Technologien und Anwendungen für großflächige organische Photovoltaikmodule sowie für OLED-Leuchtmittel und -schilder entwickeln.

#### Ausblick

Wir erwarten in den für uns relevanten Märkten insgesamt ein etwa gleich hohes Marktwachstum wie im Vorjahr im niedrigen einstelligen Prozentbereich. Begrenzte Kapazitäten bei einigen Herstellern können erneut zu Lieferengpässen führen. Nach dem sehr erfolgreichen Jahr 2010 wollen wir auch 2011 den profitablen Wachstumspfad fortsetzen. Beim organischen Umsatzwachstum wollen wir uns erneut besser entwickeln als unsere relevanten Märkte. Aufgrund der deutlichen Verbesserung unserer Kostenstruktur erwarten wir bei der bereinigten Umsatzrendite eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr (2010: 12,8 Prozent).

#### Top-Marken

# Dreivierteljahresfinanzbericht 2011

## Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Das Wachstum der Weltwirtschaft hat sich in den ersten neun Monaten dieses Jahres auf knapp 3 Prozent verringert. Die Industrieproduktion legte mit gut 6 Prozent mehr als doppelt so stark zu wie der private Konsum, der um rund 2,5 Prozent expandierte. Grundlage dieser Angaben sind jeweils die Daten der Feri EuroRating Services.

Anhaltend hohe Risiken wie die Schuldenkrise in Europa und Nordamerika haben die wirtschaftliche Entwicklung beeinträchtigt und zunehmend auch das Vertrauen der Investoren und privaten Verbraucher.

Die US-amerikanische Wirtschaft ist von Januar bis September 2011 nur noch wenig gewachsen. Im Vorjahresvergleich verzeichnete sie einen Anstieg der Wirtschaftsleistung um rund 2 Prozent. Japans Wirtschaft schrumpfte infolge der Naturkatastrophe um rund 1 Prozent.

Westeuropas Wirtschaft entwickelte sich im Neunmonatszeitraum insgesamt schwach. Durch ein Plus von 3 Prozent in Deutschland konnte die Region immerhin ein Wachstum von 1,5 Prozent erreichen. Demgegenüber verschärfte sich die Krise in Südeuropa. In Osteuropa setzte sich die wirtschaftliche Erholung mit einem Wachstum von etwa 3,5 Prozent fort.

Lateinamerika verzeichnete ein kräftiges Wachstum von fast 5 Prozent. Asiens Schwellenländer erhöhten ihre Wirtschaftsleistung um rund 7 Prozent, getragen weiterhin vor allem von Indien und China.

Der Euro wertete in den ersten neun Monaten 2011 gegenüber dem Vorjahreszeitraum zum US-Dollar von 1,32 auf 1,40 US-Dollar leicht auf. Die Inflation hat sich in vielen Regionen merklich beschleunigt. Weltweit dürften die Verbraucherpreise um 4 Prozent angezogen haben. Die weltweite Arbeitslosenquote hat sich in den ersten neun Monaten gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum leicht verringert.

## Für Henkel wichtige Branchen

Der Anstieg des privaten Konsums blieb verhalten. Die Verbraucher in den USA haben ihre Ausgaben in den ersten neun Monaten um etwa 2 Prozent gesteigert. In Westeuropa lagen die Konsumausgaben nur noch marginal über dem Vorjahreszeitraum, getragen im Wesentlichen von Deutschland. Konsumfreudiger zeigten sich die Schwellenländer mit einem Plus von gut 5 Prozent.

Die Industrieproduktion expandierte nach wie vor schneller als die Gesamtwirtschaft. Wachstumstreiber waren die Elektrotechnik und Elektronikindustrie, der Transportsektor sowie die Metallverarbeitung. Sie steigerten ihre Produktion um jeweils 7 bis 8 Prozent. Verhaltener hingegen war die Entwicklung in konsumnahen Branchen wie der Verpackungsindustrie, die um 3 Prozent zulegen konnte. Das Wachstum der Bauproduktion fiel auch in den ersten neun Monaten dieses Jahres mit gut 1 Prozent verhalten aus.

## Auswirkungen auf Henkel

Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in den ersten neun Monaten des Jahres 2011 hat sich trotz nachlassender Dynamik insgesamt positiv auf den Geschäftsverlauf von Henkel ausgewirkt: Die robuste Konjunktur in vielen Regionen der Welt spiegelte sich in unserem überproportional starken organischen Umsatzwachstum von 6,6 Prozent wider. Dies trifft insbesondere auf unsere Wachstumsregionen zu.

Das Wachstum des privaten Konsums hat sich positiv auf unsere Konsumentengeschäfte ausgewirkt. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies profitierte hingegen von dem im Vergleich stärkeren Anstieg der Industrieproduktion.

Die weiterhin hohen Rohstoffpreise haben wir in allen drei Unternehmensbereichen deutlich gespürt.

## Geschäftsverlauf Januar bis September 2011

### Wichtige Kennzahlen<sup>1)</sup>

in Mio. Euro	1-9/2010	1-9/2011	+/-
Umsatz	11.363	11.804	3,9%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	1.344	1.418	5,5%
Bereinigtes <sup>2)</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT)	1.414	1.528	8,0%
Umsatzrendite (EBIT)	11,8%	12,0%	0,2 pp
Bereinigte <sup>2)</sup> Umsatzrendite (EBIT)	12,4%	12,9%	0,5 pp
Dreivierteljahresüberschuss			
– Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	869	958	10,2%
Bereinigter <sup>2)</sup> Dreivierteljahresüberschuss			
– Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	922	1.023	11,0%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	2,01	2,22	10,4%
Bereinigtes <sup>2)</sup> Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	2,13	2,37	11,3%

pp = Prozentpunkte

<sup>1)</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

<sup>2)</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

### Ertragslage

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2011 erzielten wir einen Umsatzzanstieg von 3,9 Prozent auf 11.804 Mio. Euro. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 6,2 Prozent. Die organische Umsatzentwicklung – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – zeigte mit plus 6,6 Prozent eine hohe Steigerungsrate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

### Umsatzveränderung<sup>1)</sup>

in Prozent	1-9/2011
Veränderung zum Vorjahr	3,9
Wechselkurseffekte	-2,3
Bereinigt um Wechselkurseffekte	6,2
Akquisitionen/Divestments	-0,4
Organisch	6,6
– Davon Preis	2,2
– Davon Menge	4,4

<sup>1)</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Zu dieser positiven Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei: Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel zeigte mengengetrieben eine positive Wachstumsrate von 3,1 Prozent. Ebenfalls durch Volumenzuwächse getragen erzielte der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege ein organisches Umsatzwachstum von

5,6 Prozent. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies lag organisch 9,6 Prozent über dem Vorjahreszeitraum; diese positive Entwicklung wurde sowohl durch Mengensteigerungen als auch erfolgreich durchgeführte Preiserhöhungen erreicht. Unsere weltweiten Marktanteile haben wir in allen drei Unternehmensbereichen weiter ausgebaut.

In den ersten neun Monaten 2011 kam es zu keinen wesentlichen Veränderungen in unseren Absatzmärkten und bei unseren Wettbewerbspositionen, wie wir sie im **GB** Geschäftsbericht 2010 ab Seite 66 beschrieben haben.

### Preis- und Mengeneffekte im Dreivierteljahr 2011

in Prozent	Organisches Umsatzwachstum	Davon Preis	Davon Menge
Wasch-/Reinigungsmittel	3,1	0,6	2,5
Kosmetik/Körperpflege	5,6	-0,8	6,4
Adhesive Technologies	9,6	4,6	5,0
<b>Henkel-Konzern</b>	<b>6,6</b>	<b>2,2</b>	<b>4,4</b>

Um unsere Strukturen kontinuierlich an unsere Märkte und Kunden anzupassen, haben wir die Restrukturierungsaufwendungen von 104 Mio. Euro auf 167 Mio. Euro erhöht, vor allem in Westeuropa und Nordamerika. Wir bauen unsere Shared Service Center weiter aus, stellen unsere Organisation im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel noch effizienter auf und optimieren das Produktionsnetzwerk im Unternehmensbereich Adhesive Technologies weiter.

Im Folgenden werden die um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen bereinigten betrieblichen Aufwands- und Ertragsposten bis zum betrieblichen Ergebnis kommentiert. Die Überleitungsrechnung sowie die Verteilung der Restrukturierungsaufwendungen auf die Kostenzeilen der Gewinn- und Verlustrechnung finden Sie auf **Q3** Seite 26.

Die Kosten der umgesetzten Leistungen erhöhten sich im Wesentlichen bedingt durch Rohstoffpreisanstiege gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 6,8 Prozent auf 6.363 Mio. Euro. Das Bruttoergebnis vom Umsatz stieg auf 5.441 Mio. Euro; die Bruttomarge verringerte sich jedoch um 1,5 Prozentpunkte auf 46,1 Prozent. Den negativen Einfluss von etwa 500 Basispunkten aus Erhöhungen der Kosten der umgesetzten Leistungen konnten wir zu etwa 75 Prozent durch Erhöhung unserer Absatzpreise, Einsparungen aus Kostensenkungs-Maßnahmen

### Umsatz im Dreivierteljahr in Mio. Euro



### Bereinigte Bruttomarge im Dreivierteljahr in Prozent vom Umsatz



Überleitung vom Umsatz zum bereinigten betrieblichen Ergebnis<sup>1)</sup>

in Mio. Euro	1-9/2010	%	1-9/2011	%	Veränderung
Umsatzerlöse	11.363	100,0	11.804	100,0	3,9%
Kosten der umgesetzten Leistungen	-5.958	-52,4	-6.363	-53,9	6,8%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>5.405</b>	<b>47,6</b>	<b>5.441</b>	<b>46,1</b>	<b>0,7%</b>
Marketing- und Vertriebsaufwendungen	-3.196	-28,1	-3.120	-26,4	-2,4%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	-289	-2,5	-297	-2,5	2,8%
Verwaltungsaufwendungen	-546	-4,8	-543	-4,6	-0,5%
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	40	0,4	47	0,3	17,5%
<b>Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>1.414</b>	<b>12,4</b>	<b>1.528</b>	<b>12,9</b>	<b>8,0%</b>

<sup>1)</sup> Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

und konsequente Effizienzverbesserungen in Produktion und Supply Chain kompensieren.

Die Marketing- und Vertriebsaufwendungen in Höhe von 3.120 Mio. Euro waren um 2,4 Prozent rückläufig. Für Forschung und Entwicklung wendeten wir insgesamt 297 Mio. Euro auf und hielten den Anteil am Umsatz konstant bei 2,5 Prozent. Die Verwaltungsaufwendungen in Relation zum Umsatz lagen wegen der Ausweitung unserer Shared Service Center mit 4,6 Prozent leicht unterhalb des Niveaus im Dreivierteljahr 2010.

Der Saldo aus Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen erhöhte sich von 40 Mio. Euro auf 47 Mio. Euro.

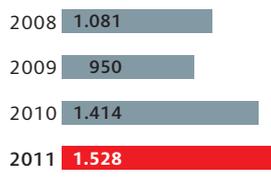
Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 8,0 Prozent von 1.414 Mio. Euro auf 1.528 Mio. Euro. Insbesondere die Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege trugen zu dieser positiven Entwicklung bei. Die Umsatzrendite des Konzerns haben wir von 12,4 Prozent auf 12,9 Prozent gesteigert. Die deutlichste Margenverbesserung zeigte der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege mit einer Steigerung von 13,2 auf 14,1 Prozent. Hierzu trug neben der ausgezeichneten Umsatzentwick-

lung das konsequente Kostenmanagement bei. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies steigerte seine Umsatzrendite aufgrund von Erhöhungen der Verkaufspreise und Effizienzsteigerungen ebenfalls deutlich von 13,2 Prozent auf 13,9 Prozent. Im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel konnten wir die Marge trotz steigender Materialpreise um 0,1 Prozentpunkte auf 13,1 Prozent erhöhen.

Das Finanzergebnis verbesserte sich von -126 Mio. Euro auf -115 Mio. Euro. Dies ist im Wesentlichen auf die niedrigere Nettoverschuldung zurückzuführen. Die Steuerquote betrug 24,9 Prozent (bereinigt: 26,1 Prozent). Der Dreivierteljahresüberschuss erhöhte sich um 10,1 Prozent von 889 Mio. Euro auf 979 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 21 Mio. Euro lag der Dreivierteljahresüberschuss bei 958 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: 869 Mio. Euro). Der bereinigte Dreivierteljahresüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 1.023 Mio. Euro gegenüber 922 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) haben wir von 2,01 Euro auf 2,22 Euro gesteigert. Bereinigt lag es bei 2,37 Euro gegenüber 2,13 Euro im Vorjahreszeitraum.

## Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT) im Dreivierteljahr

in Mio. Euro



## Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie im Dreivierteljahr

in Euro



## Vergleich Prognose und Ergebnisse

	Prognose 2011	Ergebnisse Dreivierteljahr 2011
Organisches Umsatzwachstum	Besser als die Entwicklung unserer relevanten Märkte	Wasch-/Reinigungsmittel: +3,1 Prozent (relevanter Markt: leicht rückläufig) Kosmetik/Körperpflege: +5,6 Prozent (relevanter Markt: leicht rückläufig) Adhesive Technologies: +9,6 Prozent (relevanter Markt: niedriges einstelliges Wachstum)
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT)	Steigerung auf etwa 13 Prozent	Steigerung auf 12,9 Prozent
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie	Steigerung von etwa 10 Prozent	Steigerung um 11,3 Prozent

### Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf

Im Rahmen des Berichts über das zweite Quartal 2011 haben wir für das Geschäftsjahr 2011 die Prognose abgegeben, dass wir uns beim organischen Umsatzwachstum erneut besser entwickeln wollen als unsere relevanten Märkte und ein organisches Umsatzwachstum von etwa 5 Prozent erwarten. Für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) haben wir eine Steigerung auf etwa 13 Prozent und für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie einen Anstieg von etwa 10 Prozent prognostiziert.

Aufgrund der erfreulichen Umsatzentwicklung des Dreivierteljahres 2011 erwarten wir für das Geschäftsjahr 2011 nun ein organisches Umsatzwachstum von 5 bis 6 Prozent. Wir bestätigen unsere Prognose für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) von etwa 13 Prozent und für die Steigerung des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie von etwa 10 Prozent.

### Vermögenslage

Im Vergleich zum Jahresende 2010 erhöhte sich die Bilanzsumme um 0,7 Mrd. Euro auf 18,2 Mrd. Euro. Im **langfristigen Vermögen** sanken die Immateriellen Vermögenswerte im Wesentlichen durch die Währungsumrechnung um 129 Mio. Euro. Im leicht rückläufigen Sachanlagevermögen standen den Investitionen in Höhe von 263 Mio. Euro Abschreibungen von 230 Mio. Euro und ein negativer Währungskurseffekt von 39 Mio. Euro gegenüber. Das **kurzfristige Vermögen** wuchs von 5,9 Mrd. Euro auf 6,7 Mrd. Euro. Hier zeigt sich das gestiegene Geschäftsvolumen in höheren Vorräten und

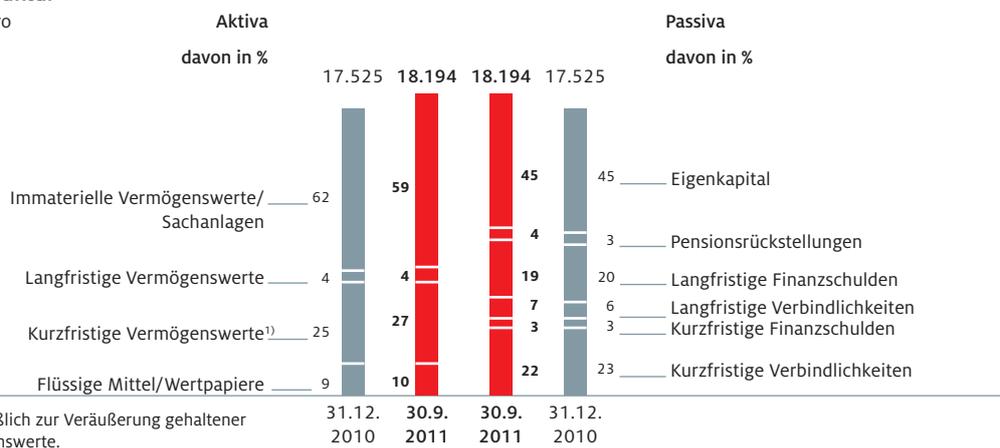
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Die Flüssigen Mittel erhöhten sich aufgrund des starken Mittelzuflusses im dritten Quartal um 309 Mio. Euro.

Das **Eigenkapital** einschließlich der nicht beherrschenden Anteile blieb mit 8.279 Mio. Euro auf dem Niveau zum Ende des Geschäftsjahres 2010. Die einzelnen Einflüsse auf die Eigenkapitalentwicklung stellen wir auf **Q3 Seite 27** tabellarisch dar. Dämpfend wirkte der Währungskurseinfluss aus dem seit Jahresbeginn schwächer bewerteten US-Dollar. Die Eigenkapitalquote (Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme) blieb mit 45,5 Prozent annähernd konstant.

Die **langfristigen Verbindlichkeiten** in Höhe von 5,4 Mrd. Euro lagen infolge der rückläufigen Entwicklung bei den Wertpapierkursen, die das Pensionsvermögen belastete und zu höheren Pensionsrückstellungen führte, über dem Stand zum Ende 2010. Die langfristigen Finanzschulden enthalten wie im Vorquartal drei Anleihen: zwei Senior Bonds mit einem Rückzahlungsbetrag von jeweils 1,0 Mrd. Euro sowie eine Hybrid-Anleihe mit einem Rückzahlungsbetrag von 1,3 Mrd. Euro. In den **kurzfristigen Verbindlichkeiten**, die mit 4,5 Mrd. Euro leicht stiegen, betrug die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen 2.557 Mio. Euro; sie waren damit – parallel zur Entwicklung im kurzfristigen Vermögen – höher als zum Jahresende 2010. Gegenläufig wirkte die weitere Rückführung unserer kurzfristigen Finanzschulden um 64 Mio. Euro auf 472 Mio. Euro.

### Bilanzstruktur

in Mio. Euro



### Nettoverschuldung in Mio. Euro

3. Q/2010	2.804
4. Q/2010	2.343
1. Q/2011	2.125
2. Q/2011	2.215
3. Q/2011	1.859

Zum 30. September 2011 betrug die **Nettoverschuldung**<sup>1)</sup> 1.859 Mio. Euro. Wir haben sie somit im Vergleich zum 31. Dezember 2010 (2.343 Mio. Euro) um 484 Mio. Euro zurückgeführt; und sie liegt damit erstmalig seit dem Erwerb der National Starch-Geschäfte im Jahr 2008 wieder unter dem Wert von 2 Mrd. Euro. Die operative Schuldendeckung hat sich im Berichtszeitraum infolge der gesunkenen Verschuldung auf 85,2 Prozent erhöht und liegt damit deutlich über dem Zielwert von 50 Prozent. Auch der Zinsdeckungsfaktor hat sich, begünstigt durch den niedrigeren Zinsaufwand, weiter verbessert.

### Finanzkennzahlen

	31.12.2010	30.09.2011
<b>Operative Schuldendeckung</b> (Jahresüberschuss + Abschreibungen + Zinsanteil Pensionsrückstellungen / Nettofinanzschulden und Pensionsrückstellungen) <sup>1)</sup>	71,4%	85,2%
<b>Zinsdeckungsfaktor</b> (EBITDA/ Zinsergebnis inklusive Zinsanteil Pensionsrückstellungen)	12,8	14,9
<b>Eigenkapitalquote</b> (Eigenkapital/Bilanzsumme)	45,4%	45,5%

<sup>1)</sup> Berücksichtigung der Hybrid-Anleihe nur zu 50 Prozent als Fremdkapital.

### Finanzlage

Die Entwicklung der Finanzlage wird in der Konzernkapitalflussrechnung auf **Q3** Seite 28 im Einzelnen dargestellt. Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** hat im Dreivierteljahr 2011 mit 1.122 Mio. Euro den Vergleichswert des Vorjahreszeitraums (1.334 Mio. Euro) nicht erreichen können. Hierbei wirkte der gestiegene Mittelabfluss im Netto-Umlaufvermögen mindernd. Das Netto-Umlaufvermögen lag mit 8,0 Prozent vom Umsatz um 0,2 Prozentpunkte über dem Stand des Vorjahreszeitraums. Eine bessere Entwicklung des Netto-Umlaufvermögens in den Monaten Juli bis September wirkte sich hingegen positiv auf den Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit aus.

Höhere Erlöse, vorwiegend aus der Veräußerung unseres Markenartikelgeschäfts in Indien im zweiten Quartal, entlasteten den **Cashflow aus Investitionstätigkeit**. Demgegenüber führten die im Vergleich zum Dreivierteljahr 2010 gestiegenen Investitionen zu höheren Abflüssen.

<sup>1)</sup> Finanzschulden abzüglich der Flüssigen Mittel und abzüglich eines positiven oder zuzüglich eines negativen Marktwerts der Sicherungsgeschäfte für die Finanzschulden, sofern die Finanzschulden selbst ebenfalls einer „Mark to Market“-Bewertung unterliegen.

Der Mittelabfluss im **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** (-611 Mio. Euro) war trotz der höheren Dividendenausschüttung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (-1.425 Mio. Euro) deutlich niedriger. Die im Vorjahr vorgenommenen Umschichtungen liquider Mittel in die Wertpapiere und Terminalsanlagen sowie die Verwendung liquider Mittel für die weitere Stärkung des Pensionsvermögens waren als Mittelabfluss berichtet worden.

Die **Flüssigen Mittel/Wertpapiere** wiesen mit 1.824 Mio. Euro einen höheren Stand auf (31. Dezember 2010: 1.515 Mio. Euro).

Der **Free Cashflow** in Höhe von 725 Mio. Euro ist rückläufig im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (1.087 Mio. Euro) – bedingt durch den niedrigeren Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit und höhere Investitionen in Sachanlagen.

### Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen bestehender Geschäfte betrugen 263 Mio. Euro nach 164 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum. In Immaterielle Vermögenswerte haben wir 4 Mio. Euro investiert (Vorjahreszeitraum: 8 Mio. Euro). Der Großteil der Investitionen entfiel auf die Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Wasch-/Reinigungsmittel. Rund zwei Drittel der Investitionssumme haben wir für Erweiterungsinvestitionen und Rationalisierungsmaßnahmen aufgewendet, zum Beispiel für die Einführung innovativer Produktlinien sowie für die Strukturoptimierung in der Produktion und der Logistik. Regional verteilt sind die Investitionen größtenteils auf Westeuropa, Osteuropa sowie Nordamerika.

Aus Erstkonsolidierungen und Kaufpreisanpassungen ergaben sich Zugänge bei den Immateriellen Vermögenswerten in Höhe von 52 Mio. Euro.

### Investitionen im Dreivierteljahr 2011

in Mio. Euro	Bestehendes Geschäft	Akquisitionen	Gesamt
Immaterielle Vermögenswerte	4	52	56
Sachanlagen	263	-	263
<b>Summe</b>	<b>267</b>	<b>52</b>	<b>319</b>

### Akquisitionen und Divestments

Im dritten Quartal haben wir für den Erwerb von ausstehenden nicht beherrschenden Anteilen an der Rilken Cosmetics Industry S.A., Athen, Griechenland, 2 Mio. Euro aufgewendet. Zum 30. September 2011 haben wir unseren Anteilsbesitz auf 70 Prozent erhöht mit dem Ziel, zukünftig 100 Prozent der Anteile zu erwerben.

Weder aufgrund der getätigten Akquisitionen und Divestments noch aus anderen Maßnahmen ergaben sich Änderungen in der Geschäfts- und Organisationsstruktur. Für eine ausführliche Darstellung der Organisation und Geschäftstätigkeit verweisen wir auf die entsprechenden Ausführungen im **GB** Geschäftsbericht 2010 ab Seite 26.

Im zweiten Quartal 2011 haben wir aufgrund der anhaltend guten Geschäftsentwicklung und des verbesserten Finanzprofils unsere Ziel-Ratings von „A flat“ (Standard & Poor's) beziehungsweise „A2“ (Moody's) wiedererlangt. Akquisitionen werden wir – wenn überhaupt – nur in einem Umfang durchführen, wie diese Einstufung nicht gefährdet wird.

### Mitarbeiter

Am 30. September 2011 beschäftigten wir 47.790 Mitarbeiter (30. September 2010: 48.151). Der Rückgang ist sowohl auf die Veräußerung unseres Markenartikelgeschäfts in Indien als auch auf unsere restriktive Einstellungspolitik zurückzuführen.

Entsprechend unserer Strategie erhöhen wir die Zahl unserer Mitarbeiter in den Wachstumsregionen Osteuropa und Asien.

### Forschung und Entwicklung

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres betragen unsere Aufwendungen für Forschung und Entwicklung 311 Mio. Euro (bereinigt um Restrukturierungsaufwendungen: 297 Mio. Euro) nach 293 Mio. Euro (bereinigt: 289 Mio. Euro) im Vorjahreszeitraum. In Relation zum Umsatz blieben die Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen im Vergleich zum Vorjahr mit 2,6 Prozent (bereinigt: 2,5 Prozent) konstant.

Die Entwicklung von innovativen Produkten spielt für uns eine zentrale Rolle. Die im **GB** Geschäftsbericht 2010 ab Seite 59 beschriebene Forschungs- und Entwicklungsstrategie hat sich nicht verändert.

### Ausblick

#### Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Weltwirtschaft wird nach unserer Einschätzung auf Basis der Daten der Feri EuroRating Services im Gesamtjahr 2011 um gut 2,5 Prozent wachsen. Die Industrieländer werden mit knapp 1,5 Prozent nur moderat wachsen, während die Schwellenländer nach unserer Prognose mit 5,5 Prozent noch vergleichsweise kräftig expandieren.

Für die US-amerikanische Wirtschaft und Westeuropa erwarten wir im Gesamtjahr ein Wachstum von jeweils etwa 1,5 Prozent. In Westeuropa steht einem Wachstum von fast 3 Prozent in Deutschland ein geringes Plus von 0,5 bis 1 Prozent in Italien und Spanien gegenüber. Für Japan rechnen wir im Gesamtjahr 2011 mit einem Rückgang des Bruttoinlandsprodukts um gut 0,5 Prozent.

Die Schwellenländer Asiens wachsen unserer Prognose zufolge um knapp 7 Prozent. Für Lateinamerika prognostizieren wir ein Wachstum von 4,5 bis 5 Prozent. Osteuropa expandiert nach unserer Einschätzung um 3,5 Prozent.

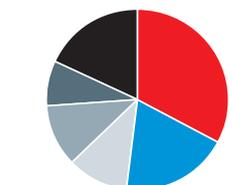
Die globale Arbeitslosenquote dürfte in diesem Jahr um etwa einen halben Prozentpunkt auf 7,4 Prozent zurückgehen. Wir erwarten eine weltweite Inflation von etwas mehr als 4 Prozent.

Der weltweite private Konsum wird nach unserer Prognose 2011 um rund 2,5 Prozent steigen. In den Industrieländern weiten die Konsumenten ihre Ausgaben nur um 1 Prozent aus, während sie sich in den Schwellenländern mit einem Plus von gut 5 Prozent deutlich konsumfreudiger zeigen.

Wir erwarten für die weltweite Industrieproduktion einen Anstieg um etwa 6 Prozent. Westeuropas Industrie wächst um gut 4,5 Prozent, Nordamerika um gut 4 Prozent; etwas stärker wird die Industrie in Asien (7,5 bis 8 Prozent) sowie in Osteuropa (gut 6 Prozent) zulegen.

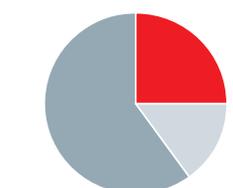
Für den Transportsektor, die Elektrotechnik und Elektronikindustrie sowie die Metallverarbeitung prognostizieren wir eine anhaltend hohe Dynamik mit Wachstumsraten von jeweils 7 bis 8 Prozent. Demgegenüber erwarten wir von der Verpackungsindustrie nur ein moderates Plus von rund 2,5 Prozent. Noch geringer wird das weltweite Wachstum im Baugewerbe mit 1,5 Prozent ausfallen.

Mitarbeiter nach Regionen



- 33% Westeuropa
- 19% Osteuropa
- 11% Afrika/Nahost
- 11% Nordamerika
- 8% Lateinamerika
- 18% Asien/Pazifik

F&E-Aufwand nach Unternehmensbereichen



- 25% Wasch-/Reinigungsmittel
- 15% Kosmetik/Körperpflege
- 60% Adhesive Technologies

### Chancen und Risiken

Großes Potenzial sehen wir weiterhin in den Wachstumsregionen. Hierzu zählen für Henkel die Regionen Asien (ohne Japan), Osteuropa, Afrika/Nahost und Lateinamerika. Hier gibt es überdurchschnittliche Wachstumsmöglichkeiten, von denen wir profitieren werden.

Chancen sehen wir auch in unseren Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Wir entwickeln stetig neue und innovative Produkte und Problemlösungen, die unseren Kunden einen Mehrwert bieten. Wir verfügen über eine gut gefüllte und ausgewogene Pipeline an mittel- und langfristigen Innovationsprojekten, die wir in diesem und den kommenden Jahren in allen drei Unternehmensbereichen auf den Markt bringen wollen.

Eine weitere Chance stellt unser strikter Kostenfokus dar. Hierbei handelt es sich um einen Prozess, in dem wir den jeweiligen Status quo kontinuierlich hinterfragen und analysieren. Anschließend leiten wir aus den Ergebnissen Maßnahmen ab, die zu Kostensenkung, Kapazitätsanpassung und Bereinigung unseres Portfolios um Randgeschäfte und kleinere Marken führen. Einen wesentlichen Beitrag zur Kostenreduzierung erwarten wir von dem geplanten weiteren Ausbau unserer Shared Service Center.

Darüber hinaus ergeben sich Chancen aus der konsequenten Umsetzung und Implementierung unserer drei strategischen Prioritäten. Diese sind ausführlich erläutert im Kapitel „Strategie und Finanzziele 2012“ unseres  Geschäftsberichts 2010 auf den Seiten 40 bis 43.

Risiken für unsere Konsumentengeschäfte sehen wir insbesondere in der Möglichkeit einer Verschlechterung des Konsumklimas, zum Beispiel bei stark ansteigender Arbeitslosigkeit. Zudem erwarten wir eine weiterhin hohe Wettbewerbsintensität, die sich in einem kontinuierlichen Promotionsdruck manifestiert.

Risiken für unseren Unternehmensbereich Adhesive Technologies liegen in einem Rückgang der gegenwärtigen Markterholung und einem Ausfall einzelner Kunden und Lieferanten.

Für alle drei Unternehmensbereiche stellen weitere, zum Teil deutliche Anstiege der Rohstoff- und Verpackungspreise ein Risiko dar, ebenso Lieferengpässe bei einigen Rohstoffen, insbesondere im Unternehmensbereich Adhesive Technologies. Darüber hinaus sind die Auswirkungen der politischen Unruhen in Nordafrika sowie der Umwelt- und Atomkatastrophe in Japan auf die weltweite Lieferkette nicht abschließend beurteilbar.

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts sind keine Risiken im Zusammenhang mit der zukünftigen Entwicklung erkennbar, die den Fortbestand der Gesellschaft oder des Konzerns gefährden könnten.

Weitere Chancen und Risiken erläutern wir in den Kapiteln der Unternehmensbereiche in unserem  Geschäftsbericht 2010 auf den Seiten 66 bis 77.

### Ausblick des Henkel-Konzerns 2011

Nach den ersten drei Quartalen sind wir zuversichtlich, dass wir uns beim organischen Umsatzwachstum – bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erneut besser entwickeln werden als unsere relevanten Märkte. Wir erwarten nun ein organisches Umsatzwachstum zwischen 5 und 6 Prozent (bisheriger Ausblick: von etwa 5 Prozent).

Wir bestätigen unsere Prognose für die bereinigte<sup>1)</sup> Umsatzrendite (EBIT) von etwa 13 Prozent (2010: 12,3 Prozent) und für die Steigerung des bereinigten<sup>1)</sup> Ergebnisses je Vorzugsaktie um etwa 10 Prozent (2010: 2,82 Euro).

Die Basis dafür bieten Erhöhungen unserer Absatzpreise und die Anpassung unserer Strukturen an die sich stetig ändernden Marktverhältnisse. Mit diesen Maßnahmen und einer weiterhin strikten Kostendisziplin wollen wir die Ergebniswirkungen der gestiegenen Rohstoffkosten überkompensieren.

Darüber hinaus erwarten wir für 2011 die folgenden Entwicklungen:

### Erwartete Entwicklung der für Henkel relevanten Märkte

Unternehmensbereich	2011
Wasch-/Reinigungsmittel	leicht rückläufig
Kosmetik/Körperpflege	flach
Adhesive Technologies	niedriger einstelliger Prozentbereich

<sup>1)</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

- Anstieg der Preise für Rohstoffe, Verpackungen, bezogene Waren und Leistungen im niedrigen 10-Prozent-Bereich,
- eine Forschungs- und Entwicklungsquote<sup>1)</sup> von etwa 2,6 Prozent,
- Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von etwa 220 Mio. Euro (bisheriger Ausblick: etwa 160 Mio. Euro),
- ein Finanzergebnis von etwa minus 160 Mio. Euro,
- eine Steuerquote<sup>1)</sup> von etwa 26 Prozent,
- Investitionen in Sachanlagen unter 400 Mio. Euro.

### Nachtragsbericht

Nach dem 30. September 2011 sind keine berichtspflichtigen Ereignisse mit einer besonderen Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns eingetreten.

### Umsatz- und Ergebnisprognose 2012

Mit dem Fokus auf unsere im Jahr 2008 implementierten drei strategischen Prioritäten und den bisher gemachten Fortschritten zu deren Erreichung haben wir die Grundlage für unser zukünftiges profitables Wachstum gelegt.

Basierend auf den Prognosen der FERI EuroRating Services gehen wir davon aus, dass die Weltwirtschaft nach dem Jahr 2011, für das wir nun ein Wachstum von knapp 3 Prozent erwarten, auch im Jahr 2012 ähnlich stark expandieren wird.

Darauf basierend streben wir auch im Jahr 2012 mit 3 bis 5 Prozent ein über unseren relevanten Märkten liegendes organisches Umsatzwachstum an. Aufgrund der bereits realisierten und noch ausstehenden Maßnahmen zum Ausschöpfen des vollen Geschäftspotenzials sind wir sehr zuversichtlich, bei der bereinigten<sup>1)</sup> Umsatzrendite (EBIT) im Jahr 2012 unser Ziel von 14 Prozent und beim bereinigten<sup>1)</sup> Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) unser Ziel eines Anstiegs von mehr als 10 Prozent zu erreichen.

#### Finanzziele 2012

Jährliches organisches Umsatzwachstum (durchschnittlich):  
**3–5 Prozent**

Bereinigte<sup>1)</sup> Umsatzrendite (EBIT):  
**14 Prozent**

Jährliches Wachstum des bereinigten<sup>1)</sup> Ergebnisses je Vorzugsaktie (durchschnittlich):  
**> 10 Prozent**

<sup>1)</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

# Konzernbilanz

Aktiva	30.09.2010		31.12.2010		30.09.2011	
in Mio. Euro		%		%		%
Immaterielle Vermögenswerte	8.561	49,6	8.641	49,3	8.512	46,8
Sachanlagen	2.216	12,8	2.215	12,6	2.187	12,0
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	365	2,1	328	1,9	323	1,8
Langfristige Ertragsteuererstattungsansprüche	1	–	3	–	2	–
Andere langfristige Vermögenswerte	16	0,1	30	0,2	29	0,2
Latente Steuern	402	2,3	358	2,0	397	2,2
<b>Langfristiges Vermögen</b>	<b>11.561</b>	<b>66,9</b>	<b>11.575</b>	<b>66,0</b>	<b>11.450</b>	<b>63,0</b>
Vorräte	1.477	8,5	1.460	8,3	1.621	8,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.117	12,3	1.893	10,8	2.219	12,2
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	740	4,3	708	4,0	731	4,0
Andere kurzfristige Vermögenswerte	305	1,8	210	1,2	215	1,2
Kurzfristige Ertragsteuererstattungsansprüche	160	0,9	133	0,8	116	0,6
Flüssige Mittel/Wertpapiere	879	5,1	1.515	8,7	1.824	10,0
<b>Kurzfristiges Vermögen</b>	<b>5.678</b>	<b>32,9</b>	<b>5.919</b>	<b>33,8</b>	<b>6.726</b>	<b>36,9</b>
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	36	0,2	31	0,2	18	0,1
<b>Aktiva insgesamt</b>	<b>17.275</b>	<b>100,0</b>	<b>17.525</b>	<b>100,0</b>	<b>18.194</b>	<b>100,0</b>

Passiva	30.09.2010		31.12.2010		30.09.2011	
in Mio. Euro		%		%		%
Gezeichnetes Kapital	438	2,5	438	2,5	438	2,4
Kapitalrücklage	652	3,8	652	3,7	652	3,6
Eigene Aktien	–102	–0,5	–99	–0,5	–94	–0,5
Gewinnrücklagen	7.467	43,2	7.926	45,2	8.379	46,1
Sonstige Bestandteile des Eigenkapitals	–1.229	–7,1	–1.058	–6,0	–1.226	–6,7
<b>Eigenkapital der Aktionäre der Henkel AG &amp; Co. KGaA</b>	<b>7.226</b>	<b>41,9</b>	<b>7.859</b>	<b>44,9</b>	<b>8.149</b>	<b>44,8</b>
Nicht beherrschende Anteile	75	0,4	91	0,5	130	0,7
<b>Eigenkapital</b>	<b>7.301</b>	<b>42,3</b>	<b>7.950</b>	<b>45,4</b>	<b>8.279</b>	<b>45,5</b>
Pensionsverpflichtungen	823	4,8	594	3,4	796	4,4
Langfristige Ertragsteuerrückstellungen	160	0,9	119	0,7	128	0,7
Andere langfristige Rückstellungen	246	1,4	302	1,7	352	1,9
Langfristige Finanzschulden	3.475	20,1	3.570	20,4	3.498	19,2
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	153	0,9	128	0,7	126	0,7
Andere langfristige Verbindlichkeiten	21	0,1	17	0,1	18	0,1
Latente Steuern	389	2,3	416	2,4	456	2,5
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>5.267</b>	<b>30,5</b>	<b>5.146</b>	<b>29,4</b>	<b>5.374</b>	<b>29,5</b>
Kurzfristige Ertragsteuerrückstellungen	281	1,6	327	1,9	290	1,6
Andere kurzfristige Rückstellungen	1.026	5,9	867	4,9	859	4,7
Kurzfristige Finanzschulden	531	3,1	536	3,1	472	2,6
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.362	13,7	2.308	13,1	2.557	14,1
Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	169	1,0	175	1,0	133	0,7
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	323	1,8	205	1,1	212	1,2
Kurzfristige Ertragsteuerverbindlichkeiten	15	0,1	11	0,1	18	0,1
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>4.707</b>	<b>27,2</b>	<b>4.429</b>	<b>25,2</b>	<b>4.541</b>	<b>25,0</b>
<b>Passiva insgesamt</b>	<b>17.275</b>	<b>100,0</b>	<b>17.525</b>	<b>100,0</b>	<b>18.194</b>	<b>100,0</b>

# Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

in Mio. Euro	3. Q/2010	%	3. Q/2011	%	Veränderung
Umsatzerlöse	3.961	100,0	4.028	100,0	1,7%
Kosten der umgesetzten Leistungen <sup>1)</sup>	-2.106	-53,2	-2.215	-55,0	5,2%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>1.855</b>	<b>46,8</b>	<b>1.813</b>	<b>45,0</b>	-2,3%
Marketing- und Vertriebsaufwendungen <sup>1)</sup>	-1.090	-27,5	-1.041	-25,8	-4,5%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen <sup>1)</sup>	-95	-2,4	-103	-2,6	8,4%
Verwaltungsaufwendungen <sup>1)</sup>	-185	-4,7	-209	-5,2	13,0%
Sonstige betriebliche Erträge	37	0,9	13	0,3	-64,9%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-21	-0,5	-22	-0,5	4,8%
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>501</b>	<b>12,7</b>	<b>451</b>	<b>11,2</b>	-10,0%
Zinsertrag	5	0,1	8	0,2	60,0%
Zinsaufwand	-42	-1,0	-46	-1,1	9,5%
Zinsergebnis	-37	-0,9	-38	-0,9	2,7%
Beteiligungsergebnis	-	-	1	0,0	-
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-37</b>	<b>-0,9</b>	<b>-37</b>	<b>-0,9</b>	0,0%
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>464</b>	<b>11,8</b>	<b>414</b>	<b>10,3</b>	-10,8%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-121	-3,1	-100	-2,5	-17,4%
<b>Quartalsüberschuss</b>	<b>343</b>	<b>8,7</b>	<b>314</b>	<b>7,8</b>	-8,5%
- auf nicht beherrschende Anteile entfallend	-6	-0,2	-7	-0,2	16,7%
- auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	337	8,5	307	7,6	-8,9%

<sup>1)</sup> Restrukturierungsaufwendungen im dritten Quartal 2011: 90 Mio. Euro (im dritten Quartal 2010: 26 Mio. Euro), darin enthalten: Kosten der umgesetzten Leistungen 28 Mio. Euro (im dritten Quartal 2010: 18 Mio. Euro), Marketing- und Vertriebsaufwendungen 23 Mio. Euro (im dritten Quartal 2010: 4 Mio. Euro), Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen 9 Mio. Euro (im dritten Quartal 2010: 1 Mio. Euro), Verwaltungsaufwendungen 30 Mio. Euro (im dritten Quartal 2010: 3 Mio. Euro).

## Ergebnis je Aktie (Earnings per Share) unverwässert

in Euro	3. Q/2010	3. Q/2011	Veränderung
Stammaktie	0,78	0,70	-10,3%
Vorzugsaktie ohne Stimmrecht	0,78	0,71	-9,0%

## Ergebnis je Aktie (Earnings per Share) verwässert

in Euro	3. Q/2010	3. Q/2011	Veränderung
Stammaktie	0,77	0,70	-9,1%
Vorzugsaktie ohne Stimmrecht	0,77	0,71	-7,8%

## Freiwillige Zusatzinformation

in Mio. Euro	3. Q/2010	3. Q/2011	
EBIT (wie berichtet)	501	451	
Einmalige Erträge	-10	-	
Einmalige Aufwendungen	-	-	
Restrukturierungsaufwendungen <sup>1)</sup>	26	90	
<b>Bereinigter EBIT</b>	<b>517</b>	<b>541</b>	
<b>Bereinigte Umsatzrendite</b>	<b>in %</b>	<b>13,0</b>	<b>13,4</b>
<b>Bereinigtes Finanzergebnis</b>	<b>-37</b>	<b>-37</b>	
<b>Bereinigter Quartalsüberschuss</b>	<b>349</b>	<b>366</b>	
- Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA			
<b>Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie</b>	<b>in Euro</b>	<b>0,80</b>	<b>0,85</b>

<sup>1)</sup> Im dritten Quartal 2011 90 Mio. Euro (im dritten Quartal 2010: 26 Mio. Euro) aus dem laufenden Geschäft.

# Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

in Mio. Euro	1-9/2010	%	1-9/2011	%	Veränderung
Umsatzerlöse	11.363	100,0	11.804	100,0	3,9%
Kosten der umgesetzten Leistungen <sup>1)</sup>	-6.009	-52,9	-6.426	-54,4	6,9%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>5.354</b>	<b>47,1</b>	<b>5.378</b>	<b>45,6</b>	<b>0,4%</b>
Marketing- und Vertriebsaufwendungen <sup>1)</sup>	-3.209	-28,2	-3.161	-26,8	-1,5%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen <sup>1)</sup>	-293	-2,6	-311	-2,6	6,1%
Verwaltungsaufwendungen <sup>1)</sup>	-572	-5,0	-592	-5,0	3,5%
Sonstige betriebliche Erträge	141	1,2	157	1,3	11,3%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-77	-0,7	-53	-0,5	-31,2%
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>1.344</b>	<b>11,8</b>	<b>1.418</b>	<b>12,0</b>	<b>5,5%</b>
Zinsertrag	20	0,2	28	0,2	40,0%
Zinsaufwand	-146	-1,3	-144	-1,2	-1,4%
Zinsergebnis	-126	-1,1	-116	-1,0	-7,9%
Beteiligungsergebnis	-	-	1	0,0	-
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-126</b>	<b>-1,1</b>	<b>-115</b>	<b>-1,0</b>	<b>-8,7%</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>1.218</b>	<b>10,7</b>	<b>1.303</b>	<b>11,0</b>	<b>7,0%</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-329	-2,9	-324	-2,7	-1,5%
<b>Dreivierteljahresüberschuss</b>	<b>889</b>	<b>7,8</b>	<b>979</b>	<b>8,3</b>	<b>10,1%</b>
- auf nicht beherrschende Anteile entfallend	-20	-0,2	-21	-0,2	5,0%
- auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	869	7,6	958	8,1	10,2%

<sup>1)</sup> Restrukturierungsaufwendungen im Dreivierteljahresabschluss 2011: 167 Mio. Euro (im Dreivierteljahr 2010: 104 Mio. Euro), darin enthalten: Kosten der umgesetzten Leistungen 63 Mio. Euro (im Dreivierteljahr 2010: 61 Mio. Euro), Marketing- und Vertriebsaufwendungen 41 Mio. Euro (im Dreivierteljahr 2010: 13 Mio. Euro), Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen 14 Mio. Euro (im Dreivierteljahr 2010: 4 Mio. Euro), Verwaltungsaufwendungen 49 Mio. Euro (im Dreivierteljahr 2010: 26 Mio. Euro).

## Ergebnis je Aktie (Earnings per Share) unverwässert

in Euro	1-9/2010	1-9/2011	Veränderung
Stammaktie	2,00	2,20	10,0%
Vorzugsaktie ohne Stimmrecht	2,01	2,22	10,4%

## Ergebnis je Aktie (Earnings per Share) verwässert

in Euro	1-9/2010	1-9/2011	Veränderung
Stammaktie	1,99	2,19	10,1%
Vorzugsaktie ohne Stimmrecht	2,00	2,21	10,5%

## Freiwillige Zusatzinformation

in Mio. Euro	1-9/2010	1-9/2011
EBIT (wie berichtet)	1.344	1.418
Einmalige Erträge <sup>1)</sup>	-43	-57
Einmalige Aufwendungen	9	-
Restrukturierungsaufwendungen <sup>2)</sup>	104	167
<b>Bereinigter EBIT</b>	<b>1.414</b>	<b>1.528</b>
<b>Bereinigte Umsatzrendite</b>	<b>in %</b>	<b>12,4</b>
<b>Bereinigtes Finanzergebnis</b>	<b>-126</b>	<b>-115</b>
<b>Bereinigter Dreivierteljahresüberschuss</b>	<b>922</b>	<b>1.023</b>
- auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend		
<b>Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie</b>	<b>in Euro</b>	<b>2,13</b>
		<b>2,37</b>

<sup>1)</sup> Davon 48 Mio. Euro Gewinn aus der Veräußerung unseres Markenartikelgeschäfts in Indien und 9 Mio. Euro aus der Veräußerung unseres Geschäfts mit Dachbahnen unter der Marke Wolfen im Unternehmensbereich Adhesive Technologies.

<sup>2)</sup> Im Dreivierteljahresabschluss 2011: 167 Mio. Euro (im Dreivierteljahr 2010: 100 Mio. Euro) aus dem laufenden Geschäft. Auf die Integration der National Starch-Geschäfte entfielen im Dreivierteljahr 2010 4 Mio. Euro.

# Gesamtergebnisrechnung

in Mio. Euro	3. Q/2010	3. Q/2011	1-9/2010	1-9/2011
Quartals-/Dreivierteljahresüberschuss	343	314	889	979
Unterschied aus Währungsumrechnung	-575	261	375	-169
Finanzinstrumente	-44	-2	-74	-4
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-102	-225	-200	-198
Sonstiges Ergebnis (nach Steuern)	-721	34	101	-371
<b>Gesamtergebnis der Periode</b>	<b>-378</b>	<b>348</b>	<b>990</b>	<b>608</b>
– auf nicht beherrschende Anteile entfallend	5	12	26	16
– auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	-383	336	964	592

# Eigenkapitalveränderungsrechnung

in Mio. Euro	Gezeichnetes Kapital			Sonstige Bestandteile des Eigenkapitals					Nicht beherrschende Anteile	Gesamt
	Stammaktien	Vorzugsaktien	Kapitalrücklage	Eigene Aktien	Gewinnrücklagen	Währungsumrechnung	Finanzinstrumente	Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA		
Stand 1.1.2010	260	178	652	-109	7.017	-1.301	-223	6.474	70	6.544
Dreivierteljahresüberschuss	-	-	-	-	869	-	-	869	20	889
Sonstiges Ergebnis	-	-	-	-	-200	369	-74	95	6	101
<b>Gesamtergebnis der Periode</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>669</b>	<b>369</b>	<b>-74</b>	<b>964</b>	<b>26</b>	<b>990</b>
Ausschüttungen	-	-	-	-	-225	-	-	-225	-16	-241
Verkauf eigener Aktien	-	-	-	7	6	-	-	13	-	13
Sonstige neutrale Veränderungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-5	-5
Stand 30.9.2010	260	178	652	-102	7.467	-932	-297	7.226	75	7.301
Stand 31.12.2010/1.1.2011	260	178	652	-99	7.926	-776	-282	7.859	91	7.950
Dreivierteljahresüberschuss	-	-	-	-	958	-	-	958	21	979
Sonstiges Ergebnis	-	-	-	-	-198	-164	-4	-366	-5	-371
<b>Gesamtergebnis der Periode</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>760</b>	<b>-164</b>	<b>-4</b>	<b>592</b>	<b>16</b>	<b>608</b>
Ausschüttungen	-	-	-	-	-307	-	-	-307	-9	-316
Verkauf eigener Aktien	-	-	-	5	7	-	-	12	-	12
Sonstige neutrale Veränderungen	-	-	-	-	-7	-	-	-7	32	25
Stand 30.9.2011	260	178	652	-94	8.379	-940	-286	8.149	130	8.279

# Konzernkapitalflussrechnung

in Mio. Euro	3. Q/2010	3. Q/2011	1-9/2010	1-9/2011
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	501	451	1.344	1.418
Gezahlte Ertragsteuern	-107	-87	-265	-289
Abschreibungen/Zuschreibungen Anlagevermögen (ohne Finanzanlagen)	120	105	346	305
Gewinne/Verluste aus Anlageabgängen (ohne Finanzanlagen)	-	-1	1	-67
Veränderung der Vorräte	-50	-13	-215	-205
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-26	-5	-326	-373
Veränderung sonstiger Vermögenswerte	-8	27	-107	1
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	110	80	427	288
Veränderung anderer Verbindlichkeiten und Rückstellungen	76	119	129	44
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>616</b>	<b>676</b>	<b>1.334</b>	<b>1.122</b>
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-3	-	-8	-4
Investitionen in Sachanlagen	-52	-108	-164	-263
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	-1	-	-4	-4
Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten	-	7	6	45
Erlöse aus Sonstigen Anlageabgängen	11	7	24	40
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit/Akquisitionstätigkeit</b>	<b>-45</b>	<b>-94</b>	<b>-146</b>	<b>-186</b>
Dividenden Henkel AG & Co. KGaA	-	-	-225	-307
Dividenden Tochterunternehmen (an nicht beherrschende Anteile)	-4	-3	-16	-9
Erhaltene Zinsen	7	8	21	27
Gezahlte Zinsen	-38	-47	-134	-145
<i>Gezahlte und erhaltene Dividenden und Zinsen</i>	<i>-35</i>	<i>-42</i>	<i>-354</i>	<i>-434</i>
Veränderung der Finanzschulden	37	-81	-355	-77
Zuführungen an Pensionsfonds	-315	-9	-390	-45
Sonstige Veränderung der Pensionsverpflichtungen	13	-21	14	-52
Sonstige Finanzierungsvorgänge	-244	-32	-340	-3
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-544</b>	<b>-185</b>	<b>-1.425</b>	<b>-611</b>
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	27	397	-237	325
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelfonds	-36	6	6	-16
<b>Veränderung Flüssige Mittel/Wertpapiere</b>	<b>-9</b>	<b>403</b>	<b>-231</b>	<b>309</b>
Flüssige Mittel / Wertpapiere am 1.7./1.1.	888	1.421	1.110	1.515
Flüssige Mittel / Wertpapiere am 30.9.	879	1.824	879	1.824

## Freiwillige Zusatzinformation Überleitung zum Free Cashflow

in Mio. Euro	3. Q/2010	3. Q/2011	1-9/2010	1-9/2011
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	616	676	1.334	1.122
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-3	-	-8	-4
Investitionen in Sachanlagen	-52	-108	-164	-263
Erlöse aus Sonstigen Anlageabgängen	11	7	24	40
Zinssaldo	-31	-39	-113	-118
Sonstige Veränderung der Pensionsverpflichtungen	13	-21	14	-52
<b>Free Cashflow</b>	<b>554</b>	<b>515</b>	<b>1.087</b>	<b>725</b>

# Konzernsegmentberichterstattung nach Unternehmensbereichen<sup>1)</sup>

Drittes Quartal 2011

in Mio. Euro

	Wasch-/ Reini- gungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Klebstoffe für Handwerker und Konsu- menten	Industrie- klebstoffe	Summe Adhesive Tech- nologies	Summe operative Unternehmens- bereiche	Corporate	Konzern
Umsatz Juli – September 2011	1.110	860	544	1.477	2.020	3.991	38	4.028
Veränderung gegenüber Vorjahr	-1,2%	1,9%	2,2%	4,5%	3,9%	2,0%	-23,1%	1,7%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	2,8%	5,0%	7,0%	9,0%	8,5%	6,1%	-	5,7%
Organisch	3,8%	5,6%	10,0%	8,3%	8,7%	6,7%	-	6,5%
Anteil am Konzernumsatz	28%	21%	13%	37%	50%	99%	1%	100%
Umsatz Juli – September 2010	1.123	845	532	1.413	1.945	3.912	49	3.961
EBIT Juli – September 2011	125	111	67	187	254	490	-38	451
EBIT Juli – September 2010	139	113	100	169	268	520	-19	501
Veränderung gegenüber Vorjahr	-10,4%	-1,2%	-32,5%	10,6%	-5,4%	-5,8%	-	-10,0%
Umsatzrendite (EBIT) Juli – September 2011	11,2%	13,0%	12,3%	12,6%	12,6%	12,3%	-	11,2%
Umsatzrendite (EBIT) Juli – September 2010	12,4%	13,4%	18,7%	11,9%	13,8%	13,3%	-	12,7%
Bereinigter EBIT Juli – September 2011	155	123	81	210	291	569	-28	541
Bereinigter EBIT Juli – September 2010	153	115	91	177	268	536	-19	517
Veränderung gegenüber Vorjahr	1,6%	7,0%	-10,8%	18,6%	8,6%	6,3%	-	4,7%
Umsatzrendite (bereinigter EBIT) Juli – September 2011	14,0%	14,3%	14,9%	14,2%	14,4%	14,3%	-	13,4%
Umsatzrendite (bereinigter EBIT) Juli – September 2010	13,6%	13,6%	17,1%	12,5%	13,8%	13,7%	-	13,0%
Eingesetztes Kapital Juli – September 2011 <sup>2)</sup>	2.280	2.027	998	5.998	6.996	11.303	36	11.339
Eingesetztes Kapital Juli – September 2010 <sup>2)</sup>	2.700	2.117	1.019	6.487	7.506	12.322	4	12.326
Veränderung gegenüber Vorjahr	-15,5%	-4,2%	-2,0%	-7,5%	-6,8%	-8,3%	-	-8,0%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Juli – September 2011	21,9%	22,0%	26,9%	12,4%	14,5%	17,3%	-	15,9%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Juli – September 2010	20,6%	21,3%	39,1%	10,4%	14,3%	16,9%	-	16,3%
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte/ Sachanlagevermögen Juli – September 2011	28	12	11	48	58	99	7	105
Davon außerplanmäßige Abschreibungen 2011	4	-	1	5	6	10	-	10
Davon Zuschreibungen 2011	-	-	-	-	-	-	-	-
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte/ Sachanlagevermögen Juli – September 2010	28	12	11	63	75	115	5	120
Davon außerplanmäßige Abschreibungen 2010	1	-	2	14	16	17	-	17
Davon Zuschreibungen 2010	-	-	-	4	4	4	1	5
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Juli – September 2011	49	16	12	32	44	109	3	112
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Juli – September 2010	14	11	9	18	27	52	4	56
Operatives Bruttovermögen Juli – September 2011 <sup>3)</sup>	3.667	2.894	1.461	7.195	8.657	15.218	398	15.616
Operative Verbindlichkeiten Juli – September 2011	1.230	1.078	523	1.496	2.019	4.328	362	4.690
Operatives Vermögen Juli – September 2011 <sup>3)</sup>	2.437	1.816	938	5.699	6.637	10.890	36	10.926
Operatives Bruttovermögen Juli – September 2010 <sup>3)</sup>	4.216	2.986	1.481	7.419	8.901	16.102	406	16.508
Operative Verbindlichkeiten Juli – September 2010	1.343	1.066	517	1.241	1.758	4.167	402	4.569
Operatives Vermögen Juli – September 2010 <sup>3)</sup>	2.873	1.920	965	6.178	7.142	11.935	4	11.938

<sup>1)</sup> Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro.<sup>2)</sup> Mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten vor Verrechnung mit kumulierten Abschreibungen gemäß IFRS 3.79(b).<sup>3)</sup> Mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten.

# Konzernsegmentberichterstattung nach Unternehmensbereichen<sup>1)</sup>

Dreivierteljahr 2011

in Mio. Euro

	Wasch-/ Reini- gungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Klebstoffe für Handwerker und Konsu- menten	Industrie- klebstoffe	Summe Adhesive Tech- nologies	Summe operative Unternehmens- bereiche	Corporate	Konzern
Umsatz Januar – September 2011	3.258	2.562	1.495	4.372	5.867	11.687	117	11.804
Veränderung gegenüber Vorjahr	0,0%	3,7%	4,9%	7,7%	6,9%	4,2%	-20,8%	3,9%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	2,6%	5,2%	7,5%	10,1%	9,4%	6,5%	-	6,2%
Organisch	3,1%	5,6%	9,5%	9,6%	9,6%	6,8%	-	6,6%
Anteil am Konzernumsatz	27%	22%	13%	37%	50%	99%	1%	100%
Umsatz Januar – September 2010	3.258	2.471	1.426	4.060	5.486	11.215	148	11.363
EBIT Januar – September 2011	382	364	191	576	767	1.513	-94	1.418
EBIT Januar – September 2010	427	325	171	505	676	1.428	-84 <sup>4)</sup>	1.344
Veränderung gegenüber Vorjahr	-10,6%	12,0%	11,8%	14,1%	13,5%	5,9%	-	5,5%
Umsatzrendite (EBIT) Januar – September 2011	11,7%	14,2%	12,8%	13,2%	13,1%	12,9%	-	12,0%
Umsatzrendite (EBIT) Januar – September 2010	13,1%	13,1%	12,0%	12,4%	12,3%	12,7%	-	11,8%
Bereinigter EBIT Januar – September 2011	428	360	206	610	816	1.604	-77	1.528
Bereinigter EBIT Januar – September 2010	424	325	205	519	725	1.474	-60	1.414
Veränderung gegenüber Vorjahr	0,7%	10,8%	0,3%	17,5%	12,6%	8,8%	-	8,0%
Umsatzrendite (bereinigter EBIT) Januar – September 2011	13,1%	14,1%	13,8%	14,0%	13,9%	13,7%	-	12,9%
Umsatzrendite (bereinigter EBIT) Januar – September 2010	13,0%	13,2%	14,4%	12,8%	13,2%	13,1%	-	12,4%
Eingesetztes Kapital Januar – September 2011 <sup>2)</sup>	2.314	1.988	989	5.908	6.897	11.199	37	11.236
Eingesetztes Kapital Januar – September 2010 <sup>2)</sup>	2.603	2.083	1.009	6.171	7.180	11.866	-38	11.828
Veränderung gegenüber Vorjahr	-11,1%	-4,5%	-2,0%	-4,3%	-3,9%	-5,6%	-	-5,0%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar – September 2011	22,0%	24,4%	25,8%	13,0%	14,8%	18,0%	-	16,8%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar – September 2010	21,9%	20,8%	23,4%	10,9%	12,7%	16,1%	-	15,2%
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte/ Sachanlagevermögen Januar – September 2011	85	36	32	137	169	290	15	305
Davon außerplanmäßige Abschreibungen 2011	11	-	1	5	6	17	-	17
Davon Zuschreibungen 2011	-	-	-	-	-	-	-	-
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte/ Sachanlagevermögen Januar – September 2010	82	36	52	163	214	333	12	346
Davon außerplanmäßige Abschreibungen 2010	1	-	14	28	42	43	-	43
Davon Zuschreibungen 2010	-	-	-	4	4	4	1	5
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar – September 2011	107	83	32	88	120	310	9	319
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar – September 2010	50	31	24	60	84	165	11	176
Operatives Bruttovermögen Januar – September 2011 <sup>3)</sup>	3.678	2.833	1.431	7.070	8.501	15.012	413	15.425
Operative Verbindlichkeiten Januar – September 2011	1.210	1.051	503	1.472	1.975	4.236	376	4.611
Operatives Vermögen Januar – September 2011 <sup>3)</sup>	2.468	1.782	928	5.598	6.526	10.776	37	10.813
Operatives Bruttovermögen Januar – September 2010 <sup>3)</sup>	4.061	2.883	1.433	7.207	8.640	15.584	357	15.941
Operative Verbindlichkeiten Januar – September 2010	1.288	998	479	1.306	1.785	4.071	395	4.467
Operatives Vermögen Januar – September 2010 <sup>3)</sup>	2.773	1.885	954	5.901	6.855	11.512	-38	11.474

<sup>1)</sup> Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro.<sup>2)</sup> Mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten vor Verrechnung mit kumulierten Abschreibungen gemäß IFRS 3.79(b).<sup>3)</sup> Mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten.<sup>4)</sup> Im Dreivierteljahr 2010 einschließlich der letztmalig unter Corporate ausgewiesenen Restrukturierungsaufwendungen für die Integration der National Starch-Geschäfte in Höhe von 4 Mio. Euro.

### Ergebnis je Aktie

Bei der Berechnung des Ergebnisses je Aktie für den Zeitraum Januar bis September 2011 haben wir den für das Gesamtjahr satzungsmäßig festgelegten Dividendenabstand von 2 Eurocent zwischen Stamm- und Vorzugsaktien zeitanteilig eingerechnet.

Das Aktien-Optionsprogramm verwässert das Ergebnis unserer Stammaktie und unserer Vorzugsaktie um je 1 Eurocent.

### Ergebnis je Aktie

	1-9/2010	1-9/2011
Dreivierteljahresüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA in Mio. Euro	869	958
Anzahl der im Umlauf befindlichen Stammaktien	259.795.875	259.795.875
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie in Euro	2,00	2,20
Anzahl der im Umlauf befindlichen Vorzugsaktien <sup>1)</sup>	173.921.371	174.300.434
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	2,01	2,22
Verwässerungseffekt aus Aktien-Optionsprogramm	317.856	119.887
Anzahl potenzieller Vorzugs- aktien <sup>2)</sup>	174.239.227	174.420.321
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie in Euro	1,99	2,19
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	2,00	2,21

<sup>1)</sup> Gewichteter Durchschnitt der Vorzugsaktien.

<sup>2)</sup> Gewichteter Durchschnitt der Vorzugsaktien (korrigiert um potenzielle Zahl der Aktien aus dem Aktien-Optionsprogramm).

### Veränderungen im Bestand eigener Aktien

Der Bestand eigener Aktien zum 30. September 2011 belief sich auf 3.776.170 Stück Vorzugsaktien. Dies entspricht einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 3,8 Mio. Euro (0,86 Prozent).

Durch die Ausübung und den Verfall von Optionen im Rahmen des Aktien-Optionsprogramms verringerte sich der Bestand eigener Aktien im Zeitraum Januar bis September 2011 um 250.395 Stück Vorzugsaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 0,3 Mio. Euro (0,06 Prozent).

### Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Den Dreivierteljahresfinanzbericht und den Quartalsabschluss des Henkel-Konzerns haben wir gemäß Paragraf 37x Absatz 3 in Verbindung mit Paragraf 37w Absatz 2 Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) sowie in Einklang mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) – wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind – und dementsprechend in Übereinstimmung mit dem International Accounting Standard (IAS) 34 „Interim Financial Reporting“ erstellt.

Es gelten dieselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, wie sie für den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2010 gültig waren, mit Ausnahme der Anwendung neuer Rechnungslegungsverlautbarungen im Geschäftsjahr 2011. Aus der Anwendung dieser Verlautbarungen ergeben sich keine wesentlichen Einflüsse auf die Darstellung des Dreivierteljahresfinanzberichts. Um den Einblick in die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage weiter zu verbessern, sind in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, in der Gesamtergebnisrechnung, in der Konzernbilanz, in der Eigenkapitalveränderungsrechnung und in der Konzernkapitalflussrechnung Positionen weiter aufgegliedert oder die Positionsbezeichnungen angepasst worden.

IAS 34.41 gestattet zur Vereinfachung der unterjährigen Berichterstattung, in größerem Rahmen als im Jahresabschluss Schätzungen vorzunehmen und Annahmen zu treffen. Voraussetzung hierfür ist, dass alle wesentlichen Finanzinformationen, die für das Verständnis der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage relevant sind, angemessen dargestellt werden. Zur Berechnung des Aufwands für Ertragsteuern beziehen wir den geschätzten effektiven Ertragsteuersatz des laufenden Geschäftsjahres in die unterjährige Ermittlung des Steueraufwands ein.

Der aus einem verkürzten Konzernabschluss und einem Konzernzwischenlagebericht bestehende Dreivierteljahresfinanzbericht wurde einer Prüferischen Durchsicht unterzogen.

### Konsolidierungskreis

In den Konsolidierungskreis zum 30. September 2011 sind neben der Henkel AG & Co. KGaA als oberstes Mutterunternehmen sieben inländische und 175 ausländische Gesellschaften einbezogen, bei denen die Henkel AG & Co. KGaA nach dem Kontrollkonzept beherrschenden Einfluss auf die Finanz- und Geschäftspolitik hat. Dies ist in der Regel dann der Fall, wenn die Henkel AG & Co. KGaA direkt oder indirekt die Mehrheit der Stimmrechte besitzt. Gesellschaften mit einer Beteiligung von nicht mehr als der Hälfte der Stimmrechte werden voll konsolidiert, sofern die Henkel AG & Co. KGaA direkt oder indirekt deren Finanz- und Geschäftspolitik bestimmen kann.

Im Vergleich zum 31. Dezember 2010 wurden vier Gesellschaften neu in den Konsolidierungskreis aufgenommen, und acht Gesellschaften haben den Konsolidierungskreis verlassen. Darüber hinaus haben fünf Fusionen stattgefunden. Die Änderungen des Konsolidierungskreises haben die wesentlichen Konzernabschlussposten nicht nennenswert verändert.

### Akquisitionen und Divestments

Mit Wirkung zum 1. Januar 2011 haben wir die Kontrolle über die Gesellschaft Schwarzkopf Inc., Culver City, Kalifornien, USA, erworben. Der Stimmrechtsanteil an der Gesellschaft beträgt 100 Prozent. Der gezahlte Kaufpreis betrug 42 Mio. Euro. Der vorläufige Unterschiedsbetrag entspricht dem gezahlten Kaufpreis. Die übernommenen Flüssigen Mittel von 1 Mio. Euro werden in der Kapitalflussrechnung unter den Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen gezeigt. Durch die direkte Präsenz im US-Friseurgeschäft können Potenziale besser ausgeschöpft werden.

Seit dem 1. April 2011 beziehen wir die bisher at-Equity bilanzierte Purbond Gruppe, Hatfield, Großbritannien, mit in den Konzernabschluss ein. Der gezahlte Kaufpreis betrug 4 Mio. Euro. Unter Berücksichtigung der Vorschriften des IFRS 3 zum sukzessiven Unternehmenszusammenschluss und der entsprechenden Neubewertung der bisher gehaltenen 50 Prozent zum Fair Value ergab sich ein positiver Ergebnisbeitrag von 2,5 Mio. Euro.

Im dritten Quartal haben wir zum Erwerb von ausstehenden nicht beherrschenden Anteilen an der Rilken Cosmetics Industry S.A., Athen, Griechenland, 2 Mio. Euro aufgewendet. Zum 30. September 2011 haben wir unseren Anteilsbesitz auf 70 Prozent erhöht mit dem Ziel, zukünftig 100 Prozent der Anteile zu erwerben.

In Irland veräußerten wir Ende Januar 2011 die nicht zum Kerngeschäft zählende Bleichaktivator-TAED-Produktion mit einem Verkaufserlös von 4 Mio. Euro. Am 31. Mai 2011 veräußerten wir unsere Anteile an der Henkel India Limited, Chennai, Indien. Der Veräußerungserlös betrug 29 Mio. Euro. Der Gewinn aus der Veräußerung betrug 48 Mio. Euro. Im Zug des Divestments wurden Bankschulden in Höhe von 66 Mio. Euro abgelöst. Mit Wirkung vom 30. Juni 2011 veräußerten wir eine nicht zum Kerngeschäft zählende Aktivität des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies. Der Veräußerungserlös betrug 13 Mio. Euro. Es ergab sich ein Gewinn von 9 Mio. Euro.

### Gesamtergebnisrechnung

Auf die Bestandteile des sonstigen Ergebnisses entfallen Steueraufwendungen auf die versicherungsmathematischen Gewinne in Höhe von 37 Mio. Euro (30. September 2010: Steuererträge in Höhe von 91 Mio. Euro) und Steuererträge aus Cashflow Hedges in Höhe von 2 Mio. Euro (30. September 2010: Steueraufwendungen in Höhe von 2 Mio. Euro).

### Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte

Die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte sind im Vergleich zum 31. Dezember 2010 um 13 Mio. Euro gesunken. Der Rückgang ist auf die zum 11. Januar 2011 an den Erwerber übertragenen Vermögenswerte eines Teils unseres Bauklebstoffgeschäfts in Südkorea und auf Verkäufe bei verschiedenen anderen Gesellschaften des Konzerns zurückzuführen. Weiterhin wurden bei einer Gesellschaft Vermögenswerte zurück in das Sachanlagevermögen umgegliedert, da die Verkaufsabsicht entfallen ist.

### Haftungsverhältnisse

Zum 30. September 2011 betragen die Verbindlichkeiten aus Bürgschaften, Wechsel- und Scheckbürgschaften sowie Gewährleistungsverträgen insgesamt 8 Mio. Euro. Am 31. Dezember 2010 hatten Verbindlichkeiten von 15 Mio. Euro bestanden.

### Operating-Leasingverpflichtungen

Operating-Leasingverhältnisse im Sinn von IAS 17 umfassen sämtliche Formen der Nutzungsüberlassung von Vermögenswerten einschließlich Miet- und Pachtverträgen. Die Verpflichtungen aus Operating-Leasingverträgen werden mit der Summe der Beträge ausgewiesen, die bis zum frühesten Kündigungstermin anfallen. Ausgewiesen sind Nominalwerte. Die Operating-Leasingverpflichtungen stellen sich zum 30. September 2011 wie folgt dar:

#### Operating-Leasingverpflichtungen

in Mio. Euro	31.12.2010	30.9.2011
Fälligkeit im Folgejahr	58	53
Fälligkeit zwischen 1 bis 5 Jahren	127	118
Fälligkeit über 5 Jahre	36	37
<b>Gesamt</b>	<b>221</b>	<b>208</b>

### Stimmrechtsmitteilungen, Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Der Gesellschaft ist mitgeteilt worden, dass der Stimmrechtsanteil der Mitglieder des Aktienbindungsvertrags Henkel zum 21. Oktober 2010 insgesamt rund 53,21 Prozent der Stimmrechte (138.240.804 Stimmen) an der Henkel AG & Co. KGaA beträgt.

### Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Im Vergleich zum Konzernabschluss 31. Dezember 2010 haben sich keine Unterschiede in der Segmentierungsgrundlage sowie bei der Darstellung der Segmentergebnisse ergeben. Die Definition der Kennzahl ROCE sowie des operativen Vermögens und des eingesetzten Kapitals finden Sie im  Geschäftsbericht 2010 auf Seite 44 und Seite 129.

### Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Die wesentlichen Posten der Kapitalflussrechnung und deren Veränderungen erläutern wir auf  Seite 20.

## Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht

### An die Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf:

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Konzernbilanz, Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzernkapitalflussrechnung sowie ausgewählten Anhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, für den Zeitraum vom 1. Januar 2011 bis 30. September 2011, die Bestandteile des Quartalsfinanzberichts nach Paragraph 37x Absatz 3 in Verbindung mit Paragraph 37w Absatz 2 Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) sind, einer Prüferischen Durchsicht unterzogen.

Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer Prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die Prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die Prüferische Durchsicht von Abschlüssen sowie ergänzend unter Beachtung des International Standard on Review Engagements 2410 (ISRE 2410) vorgenommen. Danach ist die Prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für die Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind.

Eine Prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer Prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

Düsseldorf, den 7. November 2011

KPMG AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Thomas Sauter  
Wirtschaftsprüfer

Michael Gewehr  
Wirtschaftsprüfer

## Bericht des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats

In der Sitzung am 7. November 2011 wurden dem Prüfungsausschuss der Zwischenbericht für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2011 sowie der Bericht der KPMG AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, über die Prüferische Durchsicht des Zwischenabschlusses und Zwischenlageberichts vorgelegt und durch den Vorstand und die KPMG erläutert. Der Prüfungsausschuss stimmte dem Zwischenbericht zu.

Düsseldorf, 7. November 2011

Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses  
Dr. Bernhard Walter

# Impressum

## Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA  
40191 Düsseldorf  
Telefon: +49 (0) 2 11 / 7 97-0

© 2011 Henkel AG & Co. KGaA

## Redaktion:

Corporate Communications, Investor Relations,  
Corporate Accounting and Reporting

**Koordination:** Constance Spitzer,  
Jens Bruno Wilhelm, Wolfgang Zengerling

**Fotos:** Xu Jian, Henkel

**Design:** Kirchhoff Consult AG, Hamburg

**Satz:** mpm Corporate Communication Solutions, Mainz

**Druck:** Druckpartner, Essen

Veröffentlichungsdatum dieses Berichts:

Mittwoch, 9. November 2011

Corporate Communications

Telefon: +49 (0) 2 11 / 7 97-26 06

Fax: +49 (0) 2 11 / 7 98-24 84

E-Mail: lars.witteck@henkel.com

Investor Relations

Telefon: +49 (0) 2 11 / 7 97-16 31

Fax: +49 (0) 2 11 / 7 98-28 63

E-Mail: renata.casaro@henkel.com



**MIX**  
Papier aus verantwortungsvollen Quellen  
**FSC® C017894**

Der Dreivierteljahresfinanzbericht ist gedruckt auf PROFIsilkFSC von Sappi. Das Papier ist aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff. Es besteht aus Holzfasern, die aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammen und nach den Regeln des Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert ist. Die Druckfarben enthalten keine Schwermetalle.

Verwendete Sammelbezeichnungen wie Mitarbeiter, Aktionäre oder Kunden sind als geschlechtsneutral anzusehen.

Alle Produktnamen sind geschützte Marken der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, oder der mit ihr Verbundenen Unternehmen.

# Finanzkalender

## Veröffentlichung des Berichts

über das Geschäftsjahr 2011:  
Donnerstag, 8. März 2012

## Hauptversammlung der

Henkel AG & Co. KGaA 2012:  
Montag, 16. April 2012

## Veröffentlichung des Berichts

über das erste Quartal 2012:  
Mittwoch, 9. Mai 2012

## Veröffentlichung des Berichts

über das zweite Quartal /erste Halbjahr 2012:  
Mittwoch, 8. August 2012

## Veröffentlichung des Berichts

über das dritte Quartal /Dreivierteljahr 2012:  
Mittwoch, 7. November 2012

Alle aktuellen Zahlen und Angaben zum Unternehmen im Internet:



[www.henkel.de](http://www.henkel.de)

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, zum Beispiel 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.

Henkel AG & Co. KGaA

40191 Düsseldorf

Telefon: +49 (0) 2 11 / 797-0

[www.henkel.de](http://www.henkel.de)