

Informationen an unsere Aktionäre

2.Q

April – Juni 2006

Welt der Innovationen



Henkel

A Brand like a friend

Kennzahlen Henkel Konzern

in Mio. Euro

	2. Q/2005	2. Q/2006	Veränderung ¹⁾	1 – 6/2005	1 – 6/2006	Veränderung ¹⁾
Umsatz	3.009	3.230	7,3 %	5.746	6.278	9,3 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	296	359	21,2 %	561	654	16,7 %
Wasch-/Reinigungsmittel	103	108	5,9 %	210	222	6,0 %
Kosmetik/Körperpflege	84	95	12,3 %	152	169	10,5 %
Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker	46	50	8,8 %	87	94	8,8 %
Henkel Technologies	92	137	50,0 %	170	227	34,1 %
Umsatzrendite (EBIT) in %	9,8	11,1	1,3 pp	9,8	10,4	0,6 pp
Ergebnis vor Steuern	271	332	22,5 %	497	593	19,3 %
Quartals-/Halbjahresüberschuss	201	248	23,4 %	369	433	17,3 %
Quartals-/Halbjahresüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter	196	243	23,8 %	361	424	17,5 %
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,38	1,70	23,7 %	2,54	2,97	17,4 %
Ergebnis je Stammaktie in Euro	1,37	1,69	23,7 %	2,51	2,94	17,4 %
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in %	13,8	15,9	2,1 pp	12,9	14,5	1,6 pp
Investitionen in Sachanlagen	103	95	-7,8 %	173	181	4,6 %
Forschungs- und Entwicklungskosten	81	86	6,2 %	154	167	8,4 %
Anzahl der Mitarbeiter (30. Juni)	51.957	52.095	0,3 %	51.957	52.095	0,3 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

pp = Prozentpunkte

Inhalt

03 Highlights 2. Quartal 2006	08 Regionale Entwicklung
04 Geschäftsverlauf im 2. Quartal 2006	10 Wasch-/Reinigungsmittel
04 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	11 Kosmetik/Körperpflege
04 Geschäftsverlauf	12 Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker
04 Umsatz und Ergebnis	13 Henkel Technologies
05 Akquisitionen und Divestments	14 Konzernabschluss
06 Investitionen	14 Konzern-Segment-Berichterstattung
06 Forschung und Entwicklung	16 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
06 Mitarbeiter	18 Konzernbilanz
06 Wesentliche Beteiligung	18 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
06 Die Aktie	20 Konzern-Kapitalflussrechnung
07 Aktuelles	22 Erläuternde Zusatzangaben
07 Ausblick	23 Impressum/Finanzkalender
07 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	
07 Umsatz- und Ergebnisprognose 2006	

Highlights 2. Quartal 2006

Finanzdaten

Umsatz:
plus 7,3 Prozent, starkes organisches
Wachstum von 6,1 Prozent

Betriebliches Ergebnis (EBIT):
plus 21,2 Prozent

Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS):
plus 23,7 Prozent

Umsatz- und Ergebnisprognose
für das Gesamtjahr bestätigt

Wichtige Entwicklungen

Jahr der Innovationen zahlt sich aus:
Alle Unternehmensbereiche setzen sehr erfreu-
liches organisches Umsatzwachstum fort

Zweistelliges Umsatzwachstum in
Lateinamerika, Osteuropa und Asien/Pazifik

Betriebliches Ergebnis (EBIT) in allen
Unternehmensbereichen gesteigert

Betriebliches Ergebnis enthält Erträge aus
dem Verkauf von Geschäften im Bereich
Henkel Technologies in Höhe von 41 Mio. Euro;
dieser Betrag wird in den Markt reinvestiert

Nettoumlaufvermögen in Prozent
vom Umsatz um 4,5 Prozentpunkte
auf 14,7 Prozent verringert

Innovationen



Estrella Oxygeno Activo

Erster Haushaltsreiniger,
der mit Hilfe von Sauerstoff
anstelle von Chlor kraftvoll
reinhalt und desinfiziert



Brilliance Tönungs-Creme

Die erste Tönungs-Creme für
lang anhaltende Intensität:
Sogar nach zehn Haarwäschen
noch 90 Prozent Farbintensität



Ceresit F158

Spezialdichtmittel für
selbstreinigendes Glas



Sanicare

Unter UV-Licht aushärtender
Kleber für die künftige
Generation der Wundpflaster

Geschäftsverlauf im 2. Quartal 2006

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Weltwirtschaft blieb auch im zweiten Quartal auf Wachstumskurs – trotz der anhaltend hohen Ölpreise. Während sich das Wachstum des Bruttoinlandsprodukts in den USA kaum abschwächte, hat sich das europäische Wirtschaftswachstum leicht erholt. Auch Deutschland verzeichnete ein höheres Wachstum. Die übrigen Regionen der Welt entwickelten sich ausgesprochen positiv.

Das Konsumentenvertrauen in Europa festigte sich weiter, wobei der Konsumanstieg moderat ausfiel. In den USA ging das Konsumwachstum leicht zurück, übertraf aber noch immer das europäische Niveau.

Die Industrie setzte ihr weltweites Wachstum unverändert fort. Nordamerika und Europa konnten ihre Produktion weiter ausweiten; in vielen asiatischen Ländern hielt das Wachstum im verarbeitenden Gewerbe an. In Lateinamerika erreichte die Industrie ihr ehemals hohes Wachstum jedoch nicht mehr.

Die Automobilkonjunktur festigte sich weiter. Dies ging vor allem auf die günstige Entwicklung in den Schwellenländern Lateinamerikas und Asiens sowie auf Japan zurück, während die Produktion in Europa stagnierte und in den USA leicht rückläufig war. Von der weltweiten Elektronikindustrie gingen positive Impulse für unser Geschäft aus. Der Maschinenbau, die Papier- und Verpackungsindustrie und auch die Metallbe- und -verarbeitung entwickelten sich positiv. Die Baubranche konnte ihre Produktion in vielen Ländern ausbauen. Auch Deutschland ließ eine Aufwärtstendenz erkennen.

Geschäftsverlauf

Umsatz und Ergebnis

Unser Umsatz lag im 2. Quartal 2006 bei 3.230 Mio. Euro und damit um 7,3 Prozent über dem Vorjahreswert. Bereinigt um Wechselkurseffekte stieg der Umsatz um 6,7 Prozent. Das organische Wachstum, bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, betrug sehr erfreuliche 6,1 Prozent und lag damit wieder deutlich über dem Zielkorridor von 3 bis 4 Prozent für das Gesamtjahr. Dies hatte drei Gründe: die sehr gute Entwicklung unserer Wachstumsregionen, die Neueinführung innovativer Produkte und die von uns durchgesetzten Preiserhöhungen. Alle Unternehmensbereiche trugen zum organischen Wachstum bei. Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel erzielte ein organisches Wachstum von 5,4 Prozent, Kosmetik/Körperpflege erreichte ein Plus von 3,6 Prozent. Noch stärker entwickelten sich die Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker (plus 8,3 Prozent) und Henkel Technologies (plus 8,1 Prozent).

Die Bruttomarge hat sich bei 45,9 Prozent stabilisiert und lag damit sowohl auf dem Niveau des ersten Quartals als auch auf dem des Vorjahresquartals. Die Marketing- und Vertriebskosten stiegen um 6,5 Prozent an, wobei sich der Zuwachs vor allem auf die Unternehmensbereiche Wasch-/Reinigungsmittel sowie Kosmetik/Körperpflege konzentrierte. Die Forschungs- und Entwicklungskosten erhöhten sich um 6,2 Prozent, die Verwaltungskosten um 7,1 Prozent. In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind Erträge aus dem Verkauf des Isolierglasgeschäfts und des Gummi-Metall-Haftmittel-Geschäfts in Höhe von 41 Mio. Euro enthalten. Ohne diese Erträge wäre der Saldo aus sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen zurückgegangen.

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) wuchs um 21,2 Prozent und lag bei 359 Mio. Euro, wozu alle Unterneh-

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	2. Q	1 – 6
2006	3.230	6.278
2005	3.009	5.746
Veränderung zum Vorjahr	7,3 %	9,3 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	2. Q	1 – 6
2006	359	654
2005	296	561
Veränderung zum Vorjahr	21,2 %	16,7 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	20,0 %	14,2 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Quartalsüberschuss nach Anteilen Fremder in Mio. Euro

	2. Q	1 – 6
2006	243	424
2005	196	361
Veränderung zum Vorjahr	23,8 %	17,5 %

mensbereiche beitrugen. Bereinigt um Wechselkurseffekte lag der Anstieg bei 20,0 Prozent. Bei Henkel Technologies erhöhten die Erträge aus dem Verkauf der genannten Geschäfte das Ergebnis um 41 Mio. Euro. Diesen Betrag werden wir in den Markt reinvestieren, womit wir im 2. Quartal bereits begonnen haben. Die Umsatzrendite (EBIT) lag bei 11,1 Prozent und damit 1,3 Prozentpunkte über dem Niveau des Vorjahresquartals. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) verbesserte sich um 2,1 Prozentpunkte auf 15,9 Prozent. Der Anstieg ist auf das höhere betriebliche Ergebnis bei einem unterproportional gestiegenen Kapitaleinsatz zurückzuführen.

Das Beteiligungsergebnis blieb bei 21 Mio. Euro und auch das Zinsergebnis lag mit –48 Mio. Euro fast

Umsatzveränderung

	2. Q	1 – 6
Veränderung zum Vorjahr	7,3 %	9,3 %
Wechselkurseffekte	0,6 %	2,5 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	6,7 %	6,8 %
Akquisitionen/Divestments	0,6 %	0,8 %
organisch	6,1 %	6,0 %

Umsatzrendite (EBIT)

	2. Q	1 – 6
2006	11,1 %	10,4 %
2005	9,8 %	9,8 %
Veränderung zum Vorjahr	1,3 pp	0,6 pp

pp = Prozentpunkte

Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro

	2. Q	1 – 6
2006	1,70	2,97
2005	1,38	2,54
Veränderung zum Vorjahr	23,7 %	17,4 %

auf dem Niveau des Vorjahresquartals (–46 Mio. Euro). Insgesamt sank das Finanzergebnis leicht von –25 Mio. Euro auf –27 Mio. Euro. Die Steuerquote ging von 25,8 Prozent auf 25,3 Prozent zurück. Dies beruht auf der geringen Steuerbelastung der Erträge aus dem Verkauf von Geschäften bei Henkel Technologies. Der Quartalsüberschuss stieg um 23,4 Prozent auf 248 Mio. Euro. Nach Anteilen anderer Gesellschafter in Höhe von 5 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 243 Mio. Euro. Das Ergebnis je Vorzugsaktie stieg um 23,7 Prozent auf 1,70 Euro.

Akquisitionen und Divestments

Am 2. Mai 2006 gab Henkel den Abschluss der Übernahme mehrerer bekannter und erfolgreicher US-Kör-

perpflegemarken (u.a. Right Guard, Soft & Dri und Dry Idea) von The Gillette Company, einem Tochterunternehmen von Procter & Gamble, bekannt. Mit den Marken wurde im Jahr 2005 ein Umsatz von rund 275 Mio. US-Dollar erzielt.

Der Verkauf des Geschäfts mit Gummi-Metall-Haftmitteln an die US-amerikanische Lord Corporation wurde am 2. Juni 2006 abgeschlossen. Das hauptsächlich europäische Geschäft stellte für Henkel eine Randtechnologie dar.

Am 9. Juni 2006 wurde der Verkauf des Geschäfts mit Isolierglasdichtstoffen an das US-amerikanische Unternehmen H.B. Fuller vollzogen. Das Isolierglasgeschäft gehörte ebenfalls nicht zu den Kernkompetenzen von Henkel Technologies.

Zum 30. Juni 2006 übernahm Henkel das unter der Marke Cimsec bekannte Geschäft mit Fliesenklebern und Fugenbunt von ICI Paints, Großbritannien. Im Jahr 2005 erzielte Cimsec einen Umsatz von rund 20 Mio. Euro, der hauptsächlich aus Österreich und osteuropäischen Ländern stammte.

Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen bestehender Geschäfte betragen 95 Mio. Euro, nach 103 Mio. Euro im Vorjahresquartal. In Immaterielle Vermögenswerte wurden 7 Mio. Euro investiert (Vorjahr: 5 Mio. Euro).

Forschung und Entwicklung

Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung stiegen um 6,2 Prozent und lagen bei 86 Mio. Euro. Dies entspricht wie im Vorjahresquartal einem Anteil von 2,7 Prozent am Umsatz.

Mitarbeiter

Am 30. Juni 2006 beschäftigte der Henkel Konzern 52.095 Mitarbeiter. Dies ist ein leichter Anstieg gegenüber den 51.957 Mitarbeitern am 30. Juni 2005. Der Anteil der Mitarbeiter außerhalb Deutschlands betrug unverändert 80 Prozent.

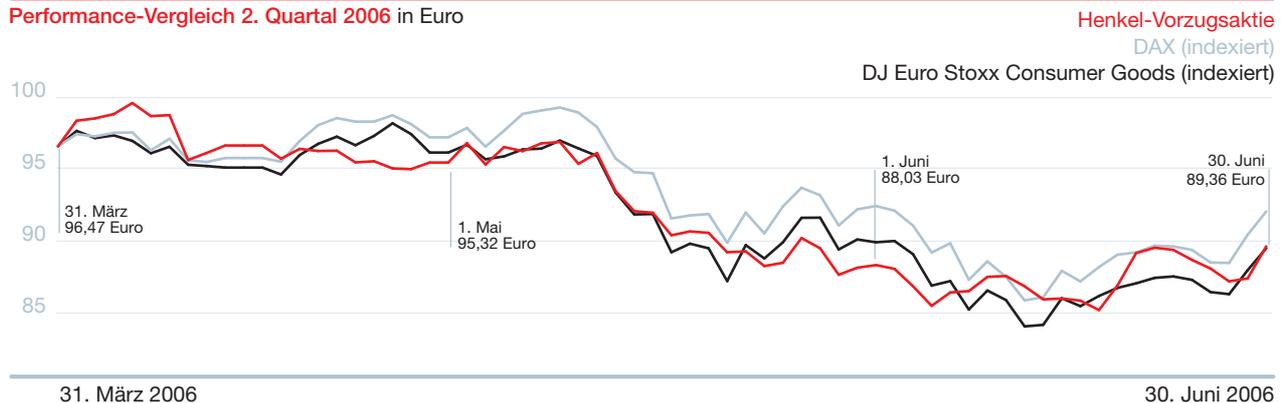
Wesentliche Beteiligung

Henkel ist mit 28,9 Prozent an Ecolab Inc., St. Paul, Minnesota, USA, beteiligt. Ecolab Inc. erzielte im 2. Quartal 2006 einen Umsatz von 1.226 Mio. US-Dollar und damit einen Anstieg von 5,8 Prozent. Der Quartalsüberschuss stieg gegenüber dem vergleichbaren Vorjahresquartal um 14,5 Prozent auf 93,2 Mio. US-Dollar. Der Marktwert der Ecolab-Beteiligung betrug zum 30. Juni 2006 rund 2,3 Mrd. Euro.

Die Aktie

Die im Deutschen Aktienindex (DAX) enthaltene Henkel-Vorzugsaktie ging gegenüber dem Schlusskurs des 1. Quartals 2006 um 7,4 Prozent von 96,47 Euro auf

Performance-Vergleich 2. Quartal 2006 in Euro



89,36 Euro zurück. Der DAX fiel um 4,8 Prozent, während der Branchenindex Dow Jones Euro Stoxx Consumer Goods um 7,5 Prozent zurückging.

@ Den aktuellen Geschäftsbericht, unsere Quartalsberichte, aktuelle Daten zu den Henkel-Aktien sowie Nachrichten, Finanzberichte und Präsentationen zum Unternehmen finden Sie auf der Investor-Relations-Internetseite www.ir.henkel.de.

Aktuelles

Am 23. Mai 2006 luden wir zu einem Informationstag in London ein, bei dem Analysten und Investoren einen Tag lang die Geschäftsfelder von Henkel Technologies näher kennen lernten. Zusätzlich bestand die Gelegenheit, die Formel 1 bei einem Besuch im McLaren Technology Center in Woking bei London „hautnah“ mitzuerleben. Henkel ist Sponsorpartner des Teams.

Am 21. Juni 2006 zeichnete das Wirtschaftsmagazin „Capital“ Henkel mit dem Investor-Relations-Preis 2006 für Finanzkommunikation aus. Nach einem 2. Platz im Vorjahr belegte Henkel jetzt den 1. Rang in der Kategorie der DAX-Unternehmen. Ausschlaggebend hierfür waren die Zielgruppenorientierung, Transparenz, Kontinuität und Aktualität der Finanzkommunikation sowie die Güte der Angaben zu Corporate Governance und sozialen wie gesellschaftlichen Themen.

Die Rating-Agentur Standard & Poor's hat am 30. Juni 2006 den Ausblick des Kredit-Ratings von Henkel von „stabil“ auf „positiv“ angehoben, um vor allem Henkels verbessertes Finanzprofil zu reflektieren. Somit lautet das aktuelle Rating jetzt A-/positiv/A2.

Ausblick

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Wir gehen davon aus, dass der Rohölpreis vorerst auf hohem Niveau verharren wird. Dementsprechend erwarten wir eine nach wie vor angespannte Situation auf den Rohstoffmärkten. Für unser Geschäft gehen wir bei den Rohstoff- und Verpackungspreisen weiterhin von einem leichten Anstieg aus. Auf diese Entwicklung werden wir mit Preiserhöhungen reagieren. Die wie geplant laufenden Restrukturierungsmaßnahmen entlasten unsere Kostenseite zusätzlich.

Umsatz- und Ergebnisprognose 2006

Wir bestätigen unsere Umsatz- und Ergebnisprognose für das Jahr 2006 und wollen wieder stärker wachsen als unsere Märkte.

Der Henkel Konzern erwartet im Jahr 2006 ein organisches Umsatzwachstum (bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments) am oberen Rand der Bandbreite von 3 bis 4 Prozent.

Für das betriebliche Ergebnis (EBIT) erwarten wir einen Zuwachs, bereinigt um Wechselkurseffekte, von etwa 10 Prozent.

Für das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) erwarten wir eine Steigerung von ebenfalls etwa 10 Prozent.

Regionale Entwicklung

Eckdaten Henkel nach Regionen¹⁾ 2. Quartal 2006 in Mio. Euro

Regionen	Europa/ Afrika/ Nahost	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz April – Juni 2006	2.025	700	169	275	61	3.230
Umsatz April – Juni 2005	1.879	672	148	249	61	3.009
Veränderung zum Vorjahr	7,8 %	4,2 %	14,5 %	10,0 %	–	7,3 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	7,6 %	2,9 %	10,9 %	8,8 %	–	6,7 %
Anteil am Konzernumsatz April – Juni 2006	63 %	22 %	5 %	8 %	2 %	100 %
Anteil am Konzernumsatz April – Juni 2005	63 %	22 %	5 %	8 %	2 %	100 %
EBIT April – Juni 2006	276	85	15	14	–31	359
EBIT April – Juni 2005	218	77	10	20	–29	296
Veränderung zum Vorjahr	26,1 %	11,8 %	48,1 %	–24,0 %	–	21,2 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	25,7 %	11,2 %	38,1 %	–28,1 %	–	20,0 %
Umsatzrendite (EBIT) April – Juni 2006	13,6 %	12,1 %	9,0 %	5,3 %	–	11,1 %
Umsatzrendite (EBIT) April – Juni 2005	11,6 %	11,3 %	7,0 %	7,7 %	–	9,8 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Eckdaten Henkel nach Regionen¹⁾ Januar – Juni 2006 in Mio. Euro

Regionen	Europa/ Afrika/ Nahost	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz Januar – Juni 2006	3.934	1.384	325	512	123	6.278
Umsatz Januar – Juni 2005	3.662	1.262	265	439	118	5.746
Veränderung zum Vorjahr	7,4 %	9,6 %	22,7 %	16,5 %	–	9,3 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	6,6 %	4,3 %	12,4 %	12,2 %	–	6,7 %
Anteil am Konzernumsatz Januar – Juni 2006	63 %	22 %	5 %	8 %	2 %	100 %
Anteil am Konzernumsatz Januar – Juni 2005	64 %	22 %	4 %	8 %	2 %	100 %
EBIT Januar – Juni 2006	501	162	23	26	–58	654
EBIT Januar – Juni 2005	436	146	13	24	–58	561
Veränderung zum Vorjahr	14,9 %	11,3 %	72,4 %	12,4 %	–	16,7 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	14,1 %	5,7 %	52,0 %	2,7 %	–	14,2 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – Juni 2006	12,7 %	11,7 %	7,1 %	5,2 %	–	10,4 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – Juni 2005	11,9 %	11,5 %	5,0 %	5,4 %	–	9,8 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

In der Region **Europa/Afrika/Nahost** stieg unser Umsatz um 7,8 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Plus 7,6 Prozent. Alle Unternehmensbereiche steigerten ihren Umsatz. In Osteuropa wuchs der Umsatz erneut zweistellig. In Westeuropa und in Deutschland verzeichneten wir ein Umsatzplus. Das betriebliche Ergebnis (EBIT) der Region Europa/Afrika/Nahost wuchs um 26,1 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 25,7 Prozent. Dazu trugen auch die Erträge aus den Veräußerungen im Unternehmensbereich Henkel Technologies in Höhe von 41 Mio. Euro bei. Die Umsatzrendite stieg um 2,0 Prozentpunkte auf 13,6 Prozent.

In der Region **Nordamerika** stieg der Umsatz um 4,2 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 2,9 Prozent. Dort wuchsen die Umsätze der Unternehmensbereiche Kosmetik/Körperpflege und Henkel Technologies zweistellig. Im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel entfielen die Umsätze aus dem veräußerten Nahrungsmittelgeschäft. Das betriebliche Ergebnis der Region Nordamerika erhöhte sich um 11,8 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 11,2 Prozent. Die Umsatzrendite erhöhte sich um 0,8 Prozentpunkte auf 12,1 Prozent.

Der Umsatz in der Region **Lateinamerika** stieg um 14,5 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 10,9 Prozent. Hier erzielten die Unternehmensbereiche Kosmetik/Körperpflege, Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie Henkel Technologies jeweils einen Umsatzanstieg im zweistelligen Prozentbereich. Das betriebliche Ergebnis der Region Lateinamerika stieg um 48,1 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 38,1 Prozent. Die Umsatzrendite stieg um 2,0 Prozentpunkte auf 9,0 Prozent.

In der Region **Asien/Pazifik** lag der Umsatz um 10,0 Prozent über dem Vorjahresquartal, bereinigt um Wechselkurseffekte stieg der Umsatz um 8,8 Prozent. Das Wachstum stammte vor allem aus den Unternehmensbereichen Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie Henkel Technologies. Das betriebliche Ergebnis der Region Asien/Pazifik ging um 24,0 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 28,1 Prozent zurück. Die Umsatzrendite lag bei 5,3 Prozent.

Wasch-/Reinigungsmittel

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	2. Q	1 – 6
2006	1.026	2.035
2005	1.012	1.969
Veränderung zum Vorjahr	1,5 %	3,4 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	2. Q	1 – 6
2006	108	222
2005	103	210
Veränderung zum Vorjahr	5,9 %	6,0 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	6,1 %	4,0 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Der Umsatz des Unternehmensbereichs **Wasch-/Reinigungsmittel** übertraf das Vorjahresquartal um 1,5 Prozent, das organische Wachstum lag bei sehr erfreulichen 5,4 Prozent. Unsere Wachstumsdynamik in Osteuropa hielt an, in den Ländern des Nahen und Mittleren Ostens konnten wir sie noch weiter steigern. Besonders erfreulich war, dass wir den Umsatz in Westeuropa ebenfalls erhöhen konnten. In Nordamerika wuchs unsere Hauptmarke Purex dank verstärkter Werbung deutlich.

Das betriebliche Ergebnis stieg trotz der Veräußerung des Nahrungsmittelgeschäfts von Dial um 5,9 Prozent und Währungskursbereinigt um 6,1 Prozent. Die Umsatzrendite lag mit 10,6 Prozent um 0,5 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) stieg um 1,3 Prozentpunkte auf 14,6 Prozent. Durch Optimierung unseres Nettoumlaufvermögens und den Verkauf des Nahrungsmittelgeschäfts war vergleichsweise weniger Kapital gebunden.

Die *Waschmittel* bekamen durch die im vergangenen Quartal begonnenen Aktivitäten einen deutlichen Wachstumsschub. Dazu trugen die Premium-Universalwaschmittel und die Weichspüler in Europa ebenso bei wie der Relaunch von Purex in Nordamerika. Im Zuge dieser Maßnahmen gelang es uns – gestützt durch verstärkte Werbeinvestitionen –, höhere Preise durchzusetzen. In Italien eröffneten wir ein für dieses Land neues Marktsegment. Unter der Marke Biopresto

Umsatzveränderung

	2. Q	1 – 6
Veränderung zum Vorjahr	1,5 %	3,4 %
Wechselkurseffekte	0,3 %	2,2 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	1,2 %	1,2 %
Akquisitionen/Divestments	-4,2 %	-2,9 %
organisch	5,4 %	4,1 %

Umsatzrendite (EBIT)

	2. Q	1 – 6
2006	10,6 %	10,9 %
2005	10,1 %	10,7 %
Veränderung zum Vorjahr	0,5 pp	0,2 pp

pp = Prozentpunkte

führten wir dort erstmals ein „Sensitiv“-Universalwaschmittel ein. Es kombiniert die gewohnte Waschkraft mit einer besonderen Hautfreundlichkeit. In Spanien und Portugal führten wir mit Neutrex Blanco Paro eine neue Generation von Waschmittel mit hoher Weißkraft, aber ohne Bleiche ein.

Bei den *Reinigungsmitteln* verstärkten wir in Europa unsere Marketingaktivitäten – vor allem bei den Maschinengeschirrspülmitteln. So entwickelten wir das erfolgreiche Somat 5 Perfekt weiter, indem wir die Reinigungsformel verbesserten. Das Produkt kam in Deutschland als Somat Perfekt mit der Kraft von Pril auf den Markt. In Frankreich stellten wir Somat unter das Markendach von Mir, das dort bereits die Nr. 1 bei den Spezialwaschmitteln und die Nr. 2 bei den Handgeschirrspülmitteln beherbergt. Als weitere Innovationen kamen Der General als Universal-Spray in Deutschland und Estrella Oxygeno Activo, ein kraftvoller Reiniger mit Aktivsauerstoff, in Spanien und Portugal auf den Markt.

Ausblick

Für das Jahr 2006 erwarten wir weiterhin ein über dem Marktdurchschnitt liegendes organisches Umsatzwachstum. Die Entwicklung der westeuropäischen Märkte wird weiterhin unter der Dynamik der anderen Regionen verbleiben. Beim betrieblichen Ergebnis erwarten wir erneut einen Anstieg.

Kosmetik / Körperpflege

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	2. Q	1 – 6
2006	746	1.388
2005	684	1.278
Veränderung zum Vorjahr	9,0 %	8,5 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	2. Q	1 – 6
2006	95	169
2005	84	152
Veränderung zum Vorjahr	12,3 %	10,5 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	11,2 %	8,6 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** steigerte den Umsatz um 9,0 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Das organische Wachstum betrug 3,6 Prozent. Alle Regionen trugen hierzu bei. Besonders positiv entwickelten sich die Regionen Osteuropa, Nord- und Lateinamerika.

Das Umsatzplus wirkte sich positiv auf das betriebliche Ergebnis aus, das um 12,3 Prozent, wechsellkursbereinigt um 11,2 Prozent anstieg. Die Umsatzrendite verbesserte sich um 0,4 Prozentpunkte und betrug 12,7 Prozent. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) lag mit 15,8 Prozent leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals, weil das eingesetzte Kapital infolge unserer Akquisition stieg.

Der positive Trend des ersten Quartals setzte sich beim *Haarkosmetikgeschäft* fort. Bei den Colorationen entwickelten sich sowohl die Marken Brillance und Palette als auch unsere Innovationen Natural & Easy und der Ansatzkaschierstift sehr erfolgreich. In Europa bauten die Colorationen und auch die Stylingprodukte ihre Marktpositionen weiter aus. Im Mittelpunkt stand der Relaunch der Trendstylingmarke Taft Looks. Im Haarpflegesegment ergänzte Gliss Kur Repair 19 das neue Repair-Konzept.

Das *Körperpflegegeschäft* entwickelte sich weiterhin positiv. Einen maßgeblichen Anteil daran hatte die Marke Fa, die weitere Marktanteile gewann. Neben dem anhaltend guten Trend von Fa Asia Spa blieb Fa Joghurt der Motor des Wachstums im expandierenden

Umsatzveränderung

	2. Q	1 – 6
Veränderung zum Vorjahr	9,0 %	8,5 %
Wechselkurseffekte	0,5 %	1,8 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	8,5 %	6,7 %
Akquisitionen/Divestments	4,9 %	2,6 %
organisch	3,6 %	4,1 %

Umsatzrendite (EBIT)

	2. Q	1 – 6
2006	12,7 %	12,1 %
2005	12,3 %	11,9 %
Veränderung zum Vorjahr	0,4 pp	0,2 pp

pp = Prozentpunkte

Duschbadmarkt. Im Mai starteten wir eine Offensive im Deodorantmarkt; ein erster Schritt war ein kompletter Design-Relaunch von Fa. Dial baute dank der kürzlich in Nordamerika eingeführten Marke Dial for Men seine Position bei den Duschbädern aus. Die Integration der von Gillette übernommenen Deo-Marken läuft wie geplant.

Im *Hautpflegegeschäft* sorgte die Marke Diadermine mit der internationalen Einführung der neuen Linie Diadermine Global Action 9 für Wachstum.

Die *Mundpflege* bekam ihre stärksten Impulse vom neuen Theramed 2in1 3D Clean, das Zähne, Zahnfleisch und Zunge antibakteriell reinigt.

Das *Frisörgeschäft* entwickelte sich in einem hart umkämpften Markt positiv. Im Mittelpunkt der Marke Schwarzkopf stand der Relaunch der permanenten Haarfarbe Igora Royal, unserer größten Salon-Colorationsmarke, in Asien und Osteuropa. Die Marke Indola profitierte vom Relaunch der semipermanenten Haarfarbe Profession Tone-on-Tone.

Ausblick

Für das Jahr 2006 erwarten wir weiterhin ein über dem Marktdurchschnitt liegendes organisches Umsatzwachstum. Wachstumsträger für unser Geschäft werden Osteuropa, Nordamerika und Lateinamerika sein. Beim betrieblichen Ergebnis erwarten wir erneut einen Anstieg.

Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	2. Q	1 – 6
2006	498	946
2005	427	798
Veränderung zum Vorjahr	16,6 %	18,6 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	2. Q	1 – 6
2006	50	94
2005	46	87
Veränderung zum Vorjahr	8,8 %	8,8 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	5,8 %	5,8 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Der Unternehmensbereich **Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker** steigerte den Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 16,6 Prozent. Dieses deutliche Plus stammt aus einem erneut starken organischen Wachstum von 8,3 Prozent. Hinzu kamen Akquisitionen, die im Laufe der vergangenen zwölf Monate erfolgreich integriert wurden, und positive Wechselkurseffekte. Zum Wachstum trugen alle Regionen bei, besonders aber Osteuropa, Lateinamerika und Nahost/Afrika, die weiterhin eine überdurchschnittliche Dynamik aufwiesen.

Das betriebliche Ergebnis stieg um 8,8 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 5,8 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert. Die Umsatzrendite lag mit 10,0 Prozent unter dem Wert des Vorjahresquartals. Dies hatte vor allem zwei Gründe: Steigende Rohstoffkosten konnten nur mit Verzögerung weitergegeben werden. Zudem stammte ein Teil des starken Umsatzwachstums aus noch margenschwachen Wachstumsregionen, während sich die überdurchschnittlich profitable Region Westeuropa marktbedingt weniger dynamisch entwickelte. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) lag mit 15,5 Prozent leicht über dem Vorjahresniveau.

Die *Klebstoffe und Klebebänder für Haushalt, Schule und Büro* entwickelten sich positiv. Besonders stark wuchsen dabei die Sekundenkleber unter der Marke Loctite: Das neue Sortiment mit deutlich verbesserter Klebekraft kam, unterstützt durch Werbemaßnahmen, weltweit auf die Märkte und wurde durchweg gut aufgenommen.

Umsatzveränderung

	2. Q	1 – 6
Veränderung zum Vorjahr	16,6 %	18,6 %
Wechselkurseffekte	1,6 %	3,4 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	15,0 %	15,2 %
Akquisitionen/Divestments	6,7 %	7,1 %
organisch	8,3 %	8,1 %

Umsatzrendite (EBIT)

	2. Q	1 – 6
2006	10,0 %	10,0 %
2005	10,7 %	10,9 %
Veränderung zum Vorjahr	-0,7 pp	-0,9 pp

pp = Prozentpunkte

Der Bereich *Kleb- und Dichtstoffe für Bau, Handwerker und Heimwerker* wuchs weiterhin überproportional. Der Erwerb der Alba Adesivos machte Henkel zum führenden Anbieter für Kleb- und Dichtstoffe beim Handwerk im attraktiven Wachstumsmarkt Brasilien. Wir haben starke Marken und Distributionskanäle übernommen, die wir nutzen werden, um Henkel-Produkte aus dem bestehenden weltweiten Sortiment auch in Brasilien einzuführen.

Mit Produktsystemen für die Wärmedämmung von Gebäuden hat Henkel in Osteuropa ein erfolgreiches Geschäft aufgebaut. Derartige Systeme lassen sich auch für die Dämmung von Gebäuden in sehr heißen Ländern nutzen, was den Energieeinsatz für die Klimatisierung reduzieren wird. In diesem neuen, attraktiven Marktsegment realisieren wir ein erstes größeres Projekt in der Golfregion.

Ausblick

Wir erwarten weiterhin eine positive Geschäftsentwicklung bei grundsätzlich unveränderten Marktbedingungen. Bei den Rohstoffen gehen wir von weiteren Kostensteigerungen aus. Auf derartige Entwicklungen werden wir mit weiteren Preiserhöhungen reagieren. Für das Jahr 2006 erwarten wir weiterhin ein deutlich über dem Marktdurchschnitt liegendes organisches Umsatzwachstum. Beim betrieblichen Ergebnis erwarten wir erneut einen Anstieg.

Henkel Technologies

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	2. Q	1 – 6
2006	899	1.786
2005	825	1.583
Veränderung zum Vorjahr	8,8 %	12,8 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	2. Q	1 – 6
2006	137	227
2005	92	170
Veränderung zum Vorjahr	50,0 %	34,1 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	48,7 %	30,1 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Der Unternehmensbereich **Henkel Technologies** steigerte den Umsatz um 8,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Davon stammten 8,1 Prozent aus dem anhaltend starken organischen Wachstum. Wir konnten den Umsatz in allen Regionen weiter ausbauen. Mit zweistelligen Wachstumsraten entwickelten sich die Regionen Osteuropa, Nordamerika, Lateinamerika und Asien/Pazifik besonders gut.

Das betriebliche Ergebnis wuchs um 50,0 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 48,7 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert. Dazu trugen Erträge aus der Veräußerung des Isolierglasgeschäfts und des Gummi-Metall-Haftmittel-Geschäfts in Höhe von insgesamt 41 Mio. Euro bei. Diesen Betrag werden wir in den Markt reinvestieren, womit wir bereits im 2. Quartal begonnen haben. Die weiter deutlich gestiegenen Rohstoffkosten übten auch im 2. Quartal Druck auf unsere Margen aus. Es gelang uns jedoch erneut, Preiserhöhungen durchzusetzen und die höheren Rohstoffkosten teilweise an den Markt weiterzugeben. Die Umsatzrendite stieg um 4,2 Prozentpunkte auf 15,3 Prozent, die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) verbesserte sich um 6,9 Prozentpunkte auf 22,7 Prozent.

Das Marktsegment *Transport* entwickelte sich weiter sehr erfolgreich: Nach Einführung einer neuen Generation von Motor- und Getriebedichtungen legte das Automobilgeschäft in allen Regionen zu. Das Geschäft mit der Luftfahrtindustrie bauten wir deutlich aus, wobei

Umsatzveränderung

	2. Q	1 – 6
Veränderung zum Vorjahr	8,8 %	12,8 %
Wechselkurseffekte	0,8 %	3,4 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	8,0 %	9,4 %
Akquisitionen/Divestments	-0,1 %	0,6 %
organisch	8,1 %	8,8 %

Umsatzrendite (EBIT)

	2. Q	1 – 6
2006	15,3 %	12,7 %
2005	11,1 %	10,7 %
Veränderung zum Vorjahr	4,2 pp	2,0 pp

pp = Prozentpunkte

uns neue, umweltfreundlichere Oberflächenbehandlungsprodukte ebenso halfen wie steigende Produktionszahlen im Flugzeugbau. Auch in der *Stahlindustrie* profitierten wir vom Trend zu umweltfreundlicheren Oberflächenbehandlungsprodukten. Die anhaltend gute Nachfrage nach elektronischen Bauteilen sowie Preiserhöhungen trugen zum Wachstum des Geschäfts mit der *Elektronikindustrie* bei.

Im Marktsegment der *langlebigen Gebrauchsgüter* registrierten wir erneut ein erfreuliches Wachstum, vor allem mit innovativen Produkten wie Bonderite NT im Bereich der Metallvorbehandlung. Das *Konsumgütergeschäft* und das Geschäft mit *Verpackungen* entwickelten sich ebenfalls weiter positiv, angetrieben durch eine neue Generation von Liofol-Folienkaschierklebstoffen. Die starke Nachfrage nach Produkten für die *industrielle Instandhaltung* hielt nach wie vor an.

Ausblick

Unsere Märkte entwickeln sich nach wie vor positiv. Wir erwarten, dass die angespannte Situation auf den Rohstoffmärkten bestehen bleibt. Weitere Preissteigerungen sowie eine kontinuierliche Optimierung und Anpassung unserer Rezepturen an neue Rohstoffangebote sind daher erforderlich. Für das Jahr 2006 erwarten wir weiterhin ein über dem Marktdurchschnitt liegendes organisches Umsatzwachstum. Beim betrieblichen Ergebnis erwarten wir erneut einen Anstieg.

Konzern-Segment-Berichterstattung¹⁾ nach Unternehmensbereichen

2. Quartal 2006 in Mio. Euro

Unternehmensbereiche	Wasch-/ Reini- gungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Konsu- menten- klebstoffe	Henkel Tech- nologies	Corporate	Konzern
Umsatz April – Juni 2006	1.026	746	498	899	61	3.230
Veränderung gegenüber Vorjahr	1,5 %	9,0 %	16,6 %	8,8 %	–	7,3 %
Anteil am Konzernumsatz	32 %	23 %	15 %	28 %	2 %	100 %
Umsatz April – Juni 2005	1.012	684	427	825	61	3.009
EBITDA April – Juni 2006	137	106	61	163	–24	443
EBITDA April – Juni 2005	133	97	56	117	–24	379
Veränderung gegenüber Vorjahr	3,0 %	9,2 %	7,5 %	39,8 %	–	16,6 %
Umsatzrendite (EBITDA) April – Juni 2006	13,4 %	14,2 %	12,2 %	18,1 %	–	13,7 %
Umsatzrendite (EBITDA) April – Juni 2005	13,2 %	14,2 %	13,2 %	14,1 %	–	12,6 %
Abschreibungen auf Marken- und sonstige Rechte/ Sachanlagevermögen April – Juni 2006	29	11	11	26	7	84
Abschreibungen auf Marken- und sonstige Rechte/ Sachanlagevermögen April – Juni 2005	30	13	10	25	5	83
EBIT April – Juni 2006	108	95	50	137	–31	359
EBIT April – Juni 2005	103	84	46	92	–29	296
Veränderung gegenüber Vorjahr	5,9 %	12,3 %	8,8 %	50,0 %	–	21,2 %
Umsatzrendite (EBIT) April – Juni 2006	10,6 %	12,7 %	10,0 %	15,3 %	–	11,1 %
Umsatzrendite (EBIT) April – Juni 2005	10,1 %	12,3 %	10,7 %	11,1 %	–	9,8 %
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) April – Juni 2006	14,6 %	15,8 %	15,5 %	22,7 %	–	15,9 %
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) April – Juni 2005	13,3 %	16,1 %	15,3 %	15,8 %	–	13,8 %
Eingesetztes Kapital April – Juni 2006³⁾	2.979	2.385	1.290	2.424	–23	9.055
Eingesetztes Kapital April – Juni 2005	3.085	2.087	1.199	2.317	–116	8.572
Veränderung gegenüber Vorjahr	–3,4 %	14,3 %	7,6 %	4,6 %	–	5,6 %
Investitionen (ohne Finanzanlagen) April – Juni 2006	35	331	48	31	13	458
Investitionen (ohne Finanzanlagen) April – Juni 2005	35	15	25	48	9	132
Operatives Bruttovermögen April – Juni 2006³⁾	4.332	2.950	1.623	2.953	354	12.212
Operative Verbindlichkeiten April – Juni 2006	1.183	750	418	821	376	3.548
Operatives Vermögen April – Juni 2006³⁾	3.149	2.200	1.205	2.132	–22	8.664
Operatives Bruttovermögen April – Juni 2005 ³⁾	4.310	2.726	1.418	2.722	359	11.535
Operative Verbindlichkeiten April – Juni 2005	987	718	329	716	475	3.225
Operatives Vermögen April – Juni 2005 ³⁾	3.323	2.008	1.089	2.006	–116	8.310

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro ²⁾ mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten ³⁾ mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten

Konzern-Segment-Berichterstattung¹⁾ nach Unternehmensbereichen

Januar – Juni 2006 in Mio. Euro

Unternehmensbereiche	Wasch-/ Reini- gungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Konsu- menten- klebstoffe	Henkel Tech- nologies	Corporate	Konzern
Umsatz Januar – Juni 2006	2.035	1.388	946	1.786	123	6.278
Veränderung gegenüber Vorjahr	3,4 %	8,5 %	18,6 %	12,8 %	–	9,3 %
Anteil am Konzernumsatz	32 %	22 %	15 %	29 %	2 %	100 %
Umsatz Januar – Juni 2005	1.969	1.278	798	1.583	118	5.746
EBITDA Januar – Juni 2006	280	191	117	277	–43	822
EBITDA Januar – Juni 2005	267	175	106	216	–46	718
Veränderung gegenüber Vorjahr	4,8 %	9,1 %	9,5 %	28,6 %	–	14,5 %
Umsatzrendite (EBITDA) Januar – Juni 2006	13,8 %	13,8 %	12,3 %	15,5 %	–	13,1 %
Umsatzrendite (EBITDA) Januar – Juni 2005	13,6 %	13,7 %	13,4 %	13,6 %	–	12,5 %
Abschreibungen auf Marken- und sonstige Rechte/ Sachanlagevermögen Januar – Juni 2006	58	22	23	50	15	168
Abschreibungen auf Marken- und sonstige Rechte/ Sachanlagevermögen Januar – Juni 2005	57	23	19	46	12	157
EBIT Januar – Juni 2006	222	169	94	227	–58	654
EBIT Januar – Juni 2005	210	152	87	170	–58	561
Veränderung gegenüber Vorjahr	6,0 %	10,5 %	8,8 %	34,1 %	–	16,7 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – Juni 2006	10,9 %	12,1 %	10,0 %	12,7 %	–	10,4 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – Juni 2005	10,7 %	11,9 %	10,9 %	10,7 %	–	9,8 %
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar – Juni 2006	14,5 %	14,7 %	15,0 %	18,8 %	–	14,5 %
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar – Juni 2005	13,1 %	14,1 %	14,9 %	14,8 %	–	12,9 %
Eingesetztes Kapital Januar – Juni 2006²⁾	3.069	2.290	1.258	2.420	–5	9.032
Eingesetztes Kapital Januar – Juni 2005	3.202	2.171	1.164	2.287	–159	8.665
Veränderung gegenüber Vorjahr	–4,2 %	5,5 %	8,1 %	5,8 %	–	4,2 %
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar – Juni 2006	62	342	60	64	25	553
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar – Juni 2005	71	25	266	289	15	666
Operatives Bruttovermögen Januar – Juni 2006³⁾	4.397	2.818	1.554	2.975	373	12.117
Operative Verbindlichkeiten Januar– Juni 2006	1.157	711	395	830	378	3.471
Operatives Vermögen Januar – Juni 2006³⁾	3.240	2.107	1.159	2.145	–5	8.646
Operatives Bruttovermögen Januar – Juni 2005 ³⁾	4.255	2.676	1.383	2.692	322	11.328
Operative Verbindlichkeiten Januar – Juni 2005	993	697	326	707	481	3.204
Operatives Vermögen Januar – Juni 2005 ³⁾	3.262	1.979	1.057	1.985	–159	8.124

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro ²⁾ mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten ³⁾ mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

2. Quartal 2006 in Mio. Euro

	2. Q/2005	%	2. Q/2006	%	Veränderung
Umsatzerlöse	3.009	100,0	3.230	100,0	7,3 %
Kosten der umgesetzten Leistungen	1.629	54,1	1.749	54,1	7,4 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.380	45,9	1.481	45,9	7,4 %
Marketing- und Vertriebskosten	864	28,7	920	28,6	6,5 %
Forschungs- und Entwicklungskosten	81	2,7	86	2,7	6,2 %
Verwaltungskosten	155	5,2	166	5,1	7,1 %
Sonstige betriebliche Erträge	37	1,2	89	2,8	>100,0 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	18	0,6	36	1,1	>100,0 %
Aufwendungen für Restrukturierungen	3	0,1	3	0,1	0,0 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	296	9,8	359	11,1	21,2 %
Beteiligungsergebnis	21	0,7	21	0,7	0,0 %
Zinsergebnis	-46	-1,5	-48	-1,5	4,3 %
Finanzergebnis	-25	-0,8	-27	-0,8	8,0 %
Ergebnis vor Steuern	271	9,0	332	10,3	22,5 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-70	-2,3	-84	-2,6	20,0 %
Quartalsüberschuss	201	6,7	248	7,7	23,4 %
Anteile anderer Gesellschafter	-5	-0,2	-5	-0,2	0,0 %
Quartalsüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter	196	6,5	243	7,5	23,8 %
Ergebnis je Vorzugsaktie (Euro)	1,38		1,70		23,7 %
Ergebnis je Stammaktie (Euro)	1,37		1,69		23,7 %

Januar – Juni 2006 in Mio. Euro

	1 – 6/2005	%	1 – 6/2006	%	Veränderung
Umsatzerlöse	5.746	100,0	6.278	100,0	9,3 %
Kosten der umgesetzten Leistungen	3.076	53,5	3.400	54,2	10,5 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.670	46,5	2.878	45,8	7,8 %
Marketing- und Vertriebskosten	1.675	29,3	1.810	28,7	8,1 %
Forschungs- und Entwicklungskosten	154	2,7	167	2,7	8,4 %
Verwaltungskosten	303	5,3	324	5,2	6,9 %
Sonstige betriebliche Erträge	68	1,3	134	2,0	97,1 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	37	0,6	49	0,8	32,4 %
Aufwendungen für Restrukturierungen	8	0,1	8	0,1	0,0 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	561	9,8	654	10,4	16,7 %
Beteiligungsergebnis	38	0,7	34	0,5	-10,5 %
Zinsergebnis	-102	-1,8	-95	-1,5	-6,9 %
Finanzergebnis	-64	-1,1	-61	-1,0	-4,7 %
Ergebnis vor Steuern	497	8,7	593	9,4	19,3 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-128	-2,3	-160	-2,5	25,0 %
Halbjahresüberschuss	369	6,4	433	6,9	17,3 %
Anteile anderer Gesellschafter	-8	-0,1	-9	-0,1	12,5 %
Halbjahresüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter	361	6,3	424	6,8	17,5 %
Ergebnis je Vorzugsaktie (Euro)	2,54		2,97		17,4 %
Ergebnis je Stammaktie (Euro)	2,51		2,94		17,4 %

Kommentierung der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung Januar bis Juni 2006

Im ersten Halbjahr 2006 stiegen die Umsatzerlöse um 9,3 Prozent an. Gleichzeitig erhöhten sich die Kosten der umgesetzten Leistungen um 10,5 Prozent. Das Bruttoergebnis vom Umsatz verbesserte sich um 7,8 Prozent auf 2.878 Mio. Euro. Durch den überproportionalen Anstieg der Kosten der umgesetzten Leistungen im Zusammenhang mit gestiegenen Preisen für Rohstoffe und Verpackungsmaterial verringerte sich die Bruttomarge um 0,7 Prozentpunkte auf 45,8 Prozent.

Die Marketing- und Vertriebskosten wuchsen um 8,1 Prozent. Die Forschungs- und Entwicklungskosten lagen mit 167 Mio. Euro über dem Niveau des Vorjahres (8,4 Prozent). Sie erreichten im 1. Halbjahr 2006 einen Anteil von 2,7 Prozent am Umsatz. Die Verwaltungskosten stiegen um 6,9 Prozent.

Der Saldo aus sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen erhöhte sich vor allem aufgrund von Veräußerungserträgen. Sie stammen erstens aus dem Verkauf unseres Nahrungsmittelgeschäfts von Dial im 1. Quartal 2006; der Ertrag in Höhe von 16 Mio. Euro wurde zur intensiveren Marktbearbeitung in den USA genutzt. Zweitens sind hier die Erträge aus dem Verkauf des Isolierglas- und des Gummi-Metall-Haftmittel-Geschäfts in Höhe von 41 Mio. Euro enthalten.

Das Finanzergebnis verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 3 Mio. Euro auf -61 Mio. Euro. Das Beteiligungsergebnis lag mit 34 Mio. Euro um 4 Mio. Euro unter dem des Vorjahreszeitraums; während der Beteiligungsertrag der at-equity bewerteten Ecolab-Beteiligung anstieg, verminderte sich der zum Fair Value bilanzierte Wertansatz der Beteiligung an Lion, Japan, aufgrund der Kursentwicklung. Das Zinsergebnis verbesserte sich um 7 Mio. Euro auf -95 Mio. Euro. Trotz des höheren Zinsniveaus konnte das Zinsergebnis verbessert werden, weil die durchschnittliche Nettofinanzverschuldung unter anderem dank Senkung des Nettoumlaufvermögens rückläufig war.

Die Steuerquote betrug 26,7 Prozent und lag um 1 Prozentpunkt über dem Vorjahresniveau. Hierin sind auch die Steuern in den USA enthalten, die auf den Verkauf des Nahrungsmittelgeschäfts entfielen. Die Erträge aus den Veräußerungen der Geschäfte im Bereich Henkel Technologies unterlagen einer geringen Steuerbelastung.

Der Halbjahresüberschuss lag mit 433 Mio. Euro um 17,3 Prozent über dem des Vorjahreszeitraums. Nach Abzug von Anteilen anderer Gesellschafter am Ergebnis betrug der Halbjahresüberschuss 424 Mio. Euro. Das Ergebnis je Vorzugsaktie erhöhte sich von 2,54 Euro auf 2,97 Euro und stieg damit um 17,4 Prozent.

Konzernbilanz

Konzernbilanz in Mio. Euro

	31.12.2005	%	30.6.2006	%
Immaterielle Vermögenswerte	5.660	40,5	5.609	40,7
Sachanlagen	2.045	14,7	2.018	14,7
Finanzanlagen	681	4,9	667	4,8
Andere langfristige Forderungen	223	1,6	153	1,1
Latente Steuern	456	3,3	421	3,1
Langfristiges Vermögen	9.065	65,0	8.868	64,4
Vorräte	1.232	8,8	1.312	9,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.794	12,9	2.087	15,1
Andere kurzfristige Forderungen und Sonstige Aktiva	378	2,7	544	4,0
Ertragsteueransprüche	121	0,9	57	0,4
Flüssige Mittel/Wertpapiere	1.212	8,7	891	6,5
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	142	1,0	13	0,1
Kurzfristiges Vermögen	4.879	35,0	4.904	35,6
Aktiva insgesamt	13.944	100,0	13.772	100,0

	31.12.2005	%	30.6.2006	%
Eigenkapital ohne Anteile anderer Gesellschafter	5.371	38,5	5.196	37,7
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	28	0,2	33	0,2
Eigenkapital mit Anteilen anderer Gesellschafter	5.399	38,7	5.229	37,9
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.061	7,6	1.017	7,4
Andere langfristige Rückstellungen	427	3,1	280	2,0
Langfristige Finanzschulden	2.400	17,2	2.397	17,5
Andere langfristige Verbindlichkeiten	59	0,4	127	0,9
Latente Steuern	473	3,4	431	3,1
Langfristige Verbindlichkeiten	4.420	31,7	4.252	30,9
Kurzfristige Rückstellungen	932	6,7	1.059	7,6
Kurzfristige Finanzschulden	1.405	10,1	1.369	9,9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.333	9,6	1.497	11,0
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	455	3,2	366	2,7
Kurzfristige Verbindlichkeiten	4.125	29,6	4.291	31,2
Passiva insgesamt	13.944	100,0	13.772	100,0

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung in Mio. Euro

	2005	2006
Eigenkapital mit Anteilen anderer Gesellschafter, jeweils am 1.1.	4.604	5.399
Halbjahresüberschuss	369	433
davon Anteile Fremder	-8	-9
Dividendenausschüttungen	-187	-198
Sonstige erfolgsneutrale Veränderungen	-25	-22
Wechselkurseffekte	446	-383
Eigenkapital mit Anteilen anderer Gesellschafter, jeweils am 30.6.	5.207	5.229

Kommentierung der Konzernbilanz/Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung Januar bis Juni 2006

Die Bilanzsumme verminderte sich zum 30. Juni 2006 um 172 Mio. Euro auf 13.772 Mio. Euro. Dies entsprach gegenüber dem 31. Dezember 2005 einem Rückgang von 1,1 Prozent. Der Rückgang auf der Aktivseite resultierte aus einem im Vergleich zum Vorjahr reduzierten langfristigen Vermögen. Das kurzfristige Vermögen blieb nahezu konstant.

Im langfristigen Vermögen verminderten sich die Immateriellen Vermögenswerte um 51 Mio. Euro, vor allem durch den Kursrückgang des US-Dollar gegenüber dem Euro. Das Sachanlagevermögen reduzierte sich um 27 Mio. Euro. Dies resultierte aus Abschreibungen/Abgängen und Währungskurseffekten, die nicht durch den Zugang an Sachanlagen ausgeglichen wurden. Das Finanzanlagevermögen ging um 14 Mio. Euro auf 667 Mio. Euro zurück.

Das kurzfristige Vermögen lag mit 4.904 Mio. Euro auf dem Niveau des Vorjahres. Einem Abbau der flüssigen Mittel in Höhe von 322 Mio. Euro stand ein Aufbau von Vorräten (80 Mio. Euro) sowie von Forderungen und Sonstigen Aktiva (insgesamt 460 Mio. Euro) gegenüber.

Das Eigenkapital (ohne Anteile anderer Gesellschafter) ermäßigte sich von 5.371 Mio. Euro auf 5.196 Mio. Euro. Hier standen dem Halbjahresergebnis von 424 Mio. Euro die Minderungen aus der Währungsumrechnung (382 Mio. Euro), die Zahlung von Dividenden (190 Mio. Euro) und sonstige erfolgsneutrale Veränderungen des Eigenkapitals (27 Mio. Euro) gegenüber. Die Eigenkapitalquote (Eigenkapital mit Anteilen anderer Gesellschafter/Bilanzsumme) ging daher von 38,7 Prozent auf 37,9 Prozent zurück.

Die langfristigen Verbindlichkeiten verminderten sich um 168 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr. Im Wesentlichen handelt es sich um Steuerrückstellungen und Rückstellungen für Restrukturierung, die aus Gründen der Fristigkeit aus dem lang- in den kurzfristigen Bereich umgegliedert wurden.

Die Finanzschulden konnten um 39 Mio. Euro abgebaut werden, die Nettoverschuldung erhöhte sich infolge der gesunkenen flüssigen Mittel um 282 Mio. Euro.

Konzern-Kapitalflussrechnung

Konzern-Kapitalflussrechnung in Mio. Euro

	1 – 6/2005 ¹⁾	1 – 6/2006
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	561	654
Ausgaben Ertragsteuern	-120	-148
Abschreibungen/Zuschreibungen Anlagevermögen (ohne Finanzanlagen)	157	168
Gewinne/Verluste aus Anlageabgängen (ohne Finanzanlagen)	-2	-59
Veränderung der Vorräte	-116	-129
Veränderungen der Forderungen und Sonstigen Vermögenswerte	-116	-434
Veränderungen der Verbindlichkeiten und Rückstellungen	-89	277
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	275	329
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-9	-16
Investitionen in Sachanlagen	-173	-181
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	-36	-359
Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten	-	200
Erlöse aus sonstigen Anlageabgängen	20	42
Cashflow aus Investitionstätigkeit/Akquisitionstätigkeit	-198	-314
Dividenden Henkel KGaA	-181	-190
Dividenden Tochterunternehmen (an andere Gesellschafter)	-6	-8
Zinseinnahmen	19	27
Dividendeneinnahmen	10	16
Zinsausgaben	-125	-145
<i>Dividenden- und Zinsergebnis</i>	<i>-283</i>	<i>-300</i>
Veränderung der Finanzschulden	-371	59
Sonstige Finanzierungsvorgänge	-9	-18
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-663	-259
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	-586	-244
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	156	-77
Veränderung Flüssige Mittel/Wertpapiere	-430	-321
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 1.1.	1.695	1.212
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 30.6.	1.265	891

Überleitung zum Free Cashflow in Mio. Euro

	1 – 6/2005	1 – 6/2006
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	275	329
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-9	-16
Investitionen in Sachanlagen	-173	-181
Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten	-	200
Erlöse aus sonstigen Anlageabgängen	20	42
Erhaltene Dividenden/Zinssaldo	-96	-102
Free Cashflow	17	272

¹⁾ Zur Verbesserung der Aussagekraft wurden Wechselkurseffekte aus der Finanzierung des Konzerns und Marktwertänderungen von Derivaten vom operativen Cashflow (Veränderungen der Forderungen und Sonstigen Vermögenswerte) in den Cashflow aus Finanzierungstätigkeit (Veränderung der Finanzschulden) umgegliedert.

Kommentierung der Konzern-Kapitalflussrechnung Januar bis Juni 2006

Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** betrug 329 Mio. Euro und lag damit um 54 Mio. Euro über dem Vorjahreshalbjahr. Einem höheren EBIT standen neben gestiegenen Ausgaben für Ertragsteuern der Aufbau des Vorratsvermögens und der Forderungen und Sonstigen Vermögenswerte um insgesamt 563 Mio. Euro gegenüber. Die Verbindlichkeiten und Rückstellungen stiegen demgegenüber um 277 Mio. Euro an.

Der **Cashflow aus Investitions-/Akquisitionstätigkeit** betrug -314 Mio. Euro (im Vorjahr -198 Mio. Euro). In diesem Saldo waren Zuflüsse aus dem Verkauf des Nahrungsmittelgeschäfts von Dial mit 151 Mio. Euro und den Veräußerungen des Gummi-Metall-Haftmittel- und des Isolierglasgeschäfts mit 49 Mio. Euro enthalten. Die Akquisitionen betreffen die von Procter & Gamble erworbenen Körperpflegemarken Right Guard, Soft & Dri und Dry Idea sowie den brasilianischen Klebstoffhersteller Alba Adesivos. Die Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen lagen um insgesamt 15 Mio. Euro über dem Vorjahreswert.

Beim **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** handelt es sich insgesamt um einen Mittelabfluss, der mit 259 Mio. Euro um 404 Mio. Euro niedriger als der Vorjahreswert (663 Mio. Euro) lag. Während im Vorjahr ein starker Schuldenabbau zu verzeichnen war, kam es jetzt zu einem leichten Zufluss bei den Finanzschulden.

Der **Free Cashflow** belief sich auf 272 Mio. Euro und lag damit um 255 Mio. Euro über dem vergleichbaren Wert des Vorjahres.

Erläuternde Zusatzangaben

Ergebnis je Aktie

Das im Jahr 2000 gestartete Aktien-Optionsprogramm führte zum Abschlussstichtag 30. Juni 2006 zu einer Verwässerung des Ergebnisses je Vorzugsaktie, da die ausgegebenen Optionen aller fünf Tranchen „im Geld“ waren. Der Effekt beruht auf 438.502 potenziell ausstehenden Vorzugsaktien. Daraus resultiert, dass das verwässerte Ergebnis je Aktie um 2 Eurocent geringer war als das unverwässerte Ergebnis.

Ergebnis je Aktie

		1 – 6/2006
Halbjahresüberschuss nach Anteilen Fremder	in Mio. Euro	424
Anzahl der im Umlauf befindlichen Stammaktien		86.598.625
Ergebnis je Stammaktie	in Euro	2,94
Anzahl der im Umlauf befindlichen Vorzugsaktien		57.166.329
Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	2,97
Verwässerungseffekt aus Aktien-Optionsprogramm		438.502
Anzahl potenzieller Vorzugsaktien ohne Stimmrecht		57.604.831
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	2,95

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der ungeprüfte Zwischenabschluss des Henkel Konzerns wurde wie der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2005 nach den Richtlinien der International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt. Es gelten die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie für den Jahresabschluss 2005.

Die nach IAS 1 geforderte Gliederung der Bilanz nach Fristigkeiten der Einzelpositionen wurde erstmalig im Konzernabschluss 2005 umgesetzt.

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss sind neben der Henkel KGaA 14 inländische und 204 ausländische Gesellschaften einbezogen, bei denen die Henkel KGaA direkt oder indirekt die Mehrheit der Stimmrechte besitzt oder die unter ihrer einheitlichen Leitung stehen.

Die Beteiligung an Ecolab Inc., St. Paul, Minnesota, USA, wird nach der at-equity-Methode bilanziert.

Impressum

Herausgeber

Henkel KGaA
40191 Düsseldorf
Telefon: 02 11/7 97-0

© 2006 Henkel KGaA

Redaktion:

Corporate Communications, Investor Relations

Koordination: Rolf Juesten, Oliver Luckenbach,
Dirk Neubauer

Konzept und Design: Kirchhoff Consult AG, Hamburg

Fotos: Henkel

Gesamtproduktion: Schotte, Krefeld

Corporate Communications

Telefon: 02 11/7 97-35 33

Fax: 02 11/7 98-24 84

E-Mail: ernst.primosch@henkel.com

Investor Relations

Telefon: 02 11/7 97-39 37

Fax: 02 11/7 98-28 63

E-Mail: oliver.luckenbach@henkel.com



Responsible Care®



THE GLOBAL
COMPACT

Finanzkalender

**Veröffentlichung des Berichts über
das 3. Quartal 2006:**

Mittwoch, den 8. November 2006

Herbstpresse- und Analystenkonferenz 2006:

Mittwoch, den 8. November 2006

Bilanzpresse- und Analystenkonferenz 2007:

Dienstag, den 27. Februar 2007

Hauptversammlung der Henkel KGaA 2007:

Montag, den 16. April 2007

Alle aktuellen Zahlen und Angaben zum Unternehmen im Internet: www.henkel.de

Gedruckt auf Papier aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff. Alle Produktnamen sind geschützte Marken der Henkel KGaA, Düsseldorf, der mit ihr Verbundenen Unternehmen oder ihrer Kooperationspartner.

Diese Information enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel KGaA beruhen. Mit der Verwendung von Worten wie erwarten, beabsichtigen, planen, vorhersehen, davon ausgehen, glauben, schätzen und ähnlichen Formulierungen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. Diese Aussagen sind nicht als Garantien dafür zu verstehen, dass sich diese Erwartungen auch als richtig erweisen. Die zukünftige Entwicklung sowie die von der Henkel KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, wie z.B. das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Henkel hierzu eine gesonderte Verpflichtung.

Henkel

A Brand like a friend