

Q1 **Quartalsfinanzbericht** Januar bis März 2015



Kennzahlen Henkel-Konzern

| in Mio Euro | 1. Q/2014 | 1. Q/2015 | Veränderung ¹ |
|---|--------------|--------------|--------------------------|
| Umsatz | 3.929 | 4.430 | 12,7% |
| Laundry & Home Care | 1.147 | 1.298 | 13,2% |
| Beauty Care | 856 | 940 | 9,9% |
| Adhesive Technologies | 1.893 | 2.160 | 14,1% |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | 608 | 648 | 6,5% |
| Bereinigtes² betriebliches Ergebnis (EBIT) | 619 | 707 | 14,1% |
| Umsatzrendite (EBIT) in Prozent | 15,5 | 14,6 | -0,9 pp |
| Bereinigtes² Umsatzrendite (EBIT) in Prozent | 15,8 | 16,0 | 0,2 pp |
| Quartalsüberschuss | 456 | 482 | 5,7% |
| auf nicht beherrschende Anteile entfallend | -7 | -12 | 71,4% |
| auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend | 449 | 470 | 4,7% |
| Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro | 1,04 | 1,09 | 4,8% |
| Bereinigtes² Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro | 1,04 | 1,18 | 13,5% |
| Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in Prozent | 22,4 | 18,1 | -4,3 pp |

pp = Prozentpunkte

¹ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

² Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Inhalt

| | | | |
|----|-----------------------------------|----|---|
| 3 | Highlights 1. Quartal 2015 | 22 | Konzernzwischenabschluss 1. Quartal 2015 |
| 4 | Aktuelles | 27 | Ausgewählte Anhangangaben |
| 4 | Die Aktie | 32 | Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht |
| 5 | Berichterstattung 1. Quartal 2015 | 33 | Bericht des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats |
| 16 | Quartalsfinanzbericht 2015 | 34 | Kontakte / Impressum |
| 20 | Nachtragsbericht | 35 | Finanzkalender |
| 20 | Ausblick | | |

Highlights 1. Quartal 2015

Finanzdaten

4.430 Mio €

Umsatz

+ 3,6%

organisches Umsatzwachstum
+ 5,2% Laundry & Home Care
+ 2,1% Beauty Care
+ 3,3% Adhesive Technologies

648 Mio €

betriebliches Ergebnis (EBIT)

707 Mio € / **+ 14,1%**

bereinigtes¹ betriebliches Ergebnis (EBIT) /
Steigerung gegenüber Vorjahresquartal

1,09 €

Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)

1,18 € / **+ 13,5%**

bereinigtes¹ Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) /
Steigerung gegenüber Vorjahresquartal

470 Mio €

Quartalsüberschuss auf Aktionäre der
Henkel AG & Co. KGaA entfallend

16,0%

bereinigtes¹ Umsatzrendite (EBIT):
plus 0,2 Prozentpunkte
17,1% Laundry & Home Care
15,9% Beauty Care
16,4% Adhesive Technologies

6,2%

Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz

Wichtige Entwicklungen

Quartalsumsatz auf neuem Höchststand.

Wachstumsmärkte erneut mit sehr starkem organischem Umsatzanstieg.

Gute Steigerung der bereinigten Umsatzrendite.

Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie mit zweistelligem Zuwachs.

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen (5 Mio Euro) und Erträge (0 Mio Euro) sowie Restrukturierungsaufwendungen (54 Mio Euro).

Aktuelles

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

www.henkel.de/ir

Zum achten Mal in Folge wurde Henkel mit dem „RobecoSAM Gold Class Award“ ausgezeichnet und in die Liste der „2015 Global 100 Most Sustainable Corporations in the World Index“ (Global 100 Index) aufgenommen. Diese Auszeichnungen bestätigen die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit und würdigen das konsequente Engagement des Unternehmens.

Im Februar 2015 hat der Unternehmensbereich Laundry & Home Care sein „Global Experience Center“ in Düsseldorf eröffnet. Hier können Kunden und Besucher auf einer Fläche von mehr als 700 Quadratmetern die Innovationskompetenzen von Laundry & Home Care mit modernen Technologien, Live-Vorführungen und einem großen interaktiven Angebot erleben.

Die Aktie

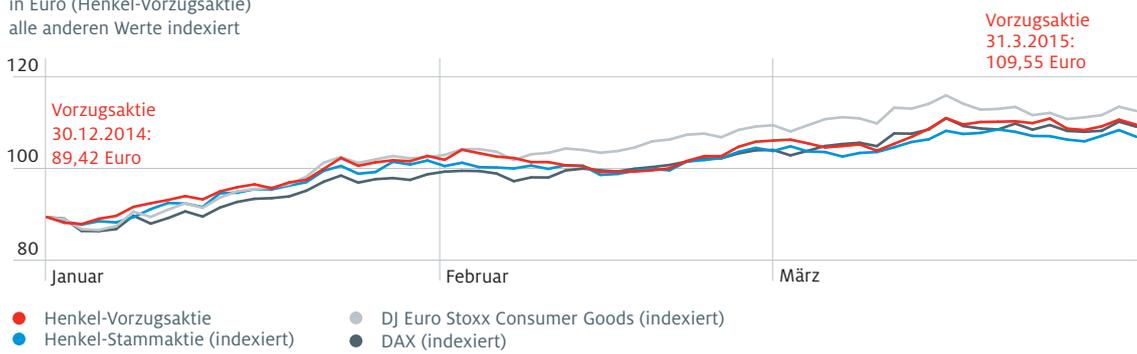
Die für uns relevanten Aktienindizes entwickelten sich im Verlauf des ersten Quartals 2015 positiv. Der DAX stieg deutlich mit einem Schlusskurs von 11.966,17 Punkten und einem Plus von 22,0 Prozent. Noch positiver entwickelte sich der Dow Jones Euro Stoxx Consumer Goods Index; er verzeichnete sogar ein Plus von 25,9 Prozent.

Der Kurs der Henkel-Vorzugsaktie legte im ersten Quartal von 89,42 Euro um 22,5 Prozent auf 109,55 Euro sehr stark zu. Die Henkel-Stammaktie verzeichnete mit einem Schlusskurs von 96,18 Euro ebenfalls ein deutliches Plus von 19,6 Prozent.

Die Prämie der Vorzugsaktie gegenüber der Stammaktie lag im ersten Quartal bei durchschnittlich 12,6 Prozent.

Entwicklung der Henkel-Aktien im Marktvergleich im ersten Quartal 2015

in Euro (Henkel-Vorzugsaktie)
alle anderen Werte indexiert



Kennzahlen zur Henkel-Aktie im ersten Quartal

| in Euro | 1. Q/2014 | 1. Q/2015 |
|---|-----------|-----------|
| Ergebnis je Aktie | | |
| Stammaktie | 1,03 | 1,08 |
| Vorzugsaktie | 1,04 | 1,09 |
| Börsenkurs Quartalsende¹ | | |
| Stammaktie | 72,95 | 96,18 |
| Vorzugsaktie | 78,12 | 109,55 |
| Höchster Börsenkurs¹ | | |
| Stammaktie | 77,00 | 97,63 |
| Vorzugsaktie | 85,35 | 111,00 |
| Niedrigster Börsenkurs¹ | | |
| Stammaktie | 67,61 | 78,96 |
| Vorzugsaktie | 75,05 | 87,90 |
| Marktkapitalisierung¹ in Mrd Euro | | |
| Stammaktie in Mrd Euro | 19,0 | 25,0 |
| Vorzugsaktie in Mrd Euro | 13,9 | 19,5 |

¹ Aktienschlusskurse Xetra-Handel.

Berichterstattung 1. Quartal 2015

Geschäftsverlauf im ersten Quartal 2015

Wichtige Kennzahlen¹

| in Mio Euro | 1. Q/2014 | 1. Q/2015 | +/- |
|---|-----------|-----------|---------|
| Umsatz | 3.929 | 4.430 | 12,7% |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | 608 | 648 | 6,5% |
| Bereinigtes ² betriebliches Ergebnis (EBIT) | 619 | 707 | 14,1% |
| Umsatzrendite (EBIT) | 15,5% | 14,6% | -0,9 pp |
| Bereinigte ² Umsatzrendite (EBIT) | 15,8% | 16,0% | 0,2 pp |
| Quartalsüberschuss – auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend | 449 | 470 | 4,7% |
| Bereinigter ² Quartalsüberschuss – auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend | 452 | 510 | 12,8% |
| Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro | 1,04 | 1,09 | 4,8% |
| Bereinigtes ² Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro | 1,04 | 1,18 | 13,5% |

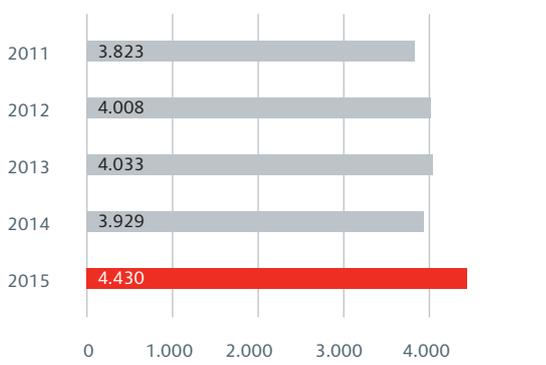
pp = Prozentpunkte

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

Ertragslage

Umsatz im ersten Quartal

in Mio Euro



Im ersten Quartal 2015 erhöhte sich der Umsatz deutlich um 12,7 Prozent und erreichte 4.430 Mio Euro – einen neuen Quartalshöchststand. Bereinigt um positive Wechselkurseffekte in Höhe von 5,8 Prozent verbesserte sich der Umsatz um 6,9 Prozent. Organisch – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – steigerten wir den Umsatz um 3,6 Prozent. Die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) verbesserten wir um 0,2 Prozentpunkte auf 16,0 Prozent. Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie stieg gegenüber dem Vorjahresquartal um 13,5 Prozent.

Umsatzveränderung¹

| in Prozent | 1. Q/2015 |
|---------------------------------|-----------|
| Veränderung zum Vorjahr | 12,7 |
| Wechselkurseffekte | 5,8 |
| Bereinigt um Wechselkurseffekte | 6,9 |
| Akquisitionen/Divestments | 3,3 |
| Organisch | 3,6 |
| Davon Preis | 1,8 |
| Davon Menge | 1,8 |

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care zeigte eine starke organische Wachstumsrate von 5,2 Prozent, die sowohl durch Preis- als auch durch Mengensteigerungen erreicht wurde. Das gute organische Umsatzwachstum des Unternehmensbereichs Beauty Care in Höhe von 2,1 Prozent war preisgetrieben. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies verzeichnete ein gutes organisches Umsatzwachstum von 3,3 Prozent bei positiven Preis- und Mengensteigerungen.

Preis- und Mengeneffekte im ersten Quartal 2015

| in Prozent | Organisches Umsatzwachstum | Davon Preis | Davon Menge |
|-----------------------|----------------------------|-------------|-------------|
| Laundry & Home Care | 5,2 | 2,3 | 2,9 |
| Beauty Care | 2,1 | 2,2 | -0,1 |
| Adhesive Technologies | 3,3 | 1,3 | 2,0 |
| Henkel-Konzern | 3,6 | 1,8 | 1,8 |

Überleitung vom Umsatz zum bereinigten betrieblichen Ergebnis¹

| in Mio Euro | 1. Q./2014 | % | 1. Q./2015 | % | Veränderung |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Umsatzerlöse | 3.929 | 100,0 | 4.430 | 100,0 | 12,7% |
| Kosten der umgesetzten Leistungen | -2.007 | -51,1 | -2.253 | -50,9 | 12,3% |
| Bruttoergebnis vom Umsatz | 1.922 | 48,9 | 2.177 | 49,1 | 13,3% |
| Marketing- und Vertriebsaufwendungen | -1.030 | -26,2 | -1.139 | -25,7 | 10,6% |
| Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen | -104 | -2,6 | -117 | -2,6 | 12,5% |
| Verwaltungsaufwendungen | -178 | -4,5 | -226 | -5,0 | 27,0% |
| Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen | 9 | 0,2 | 12 | 0,2 | - |
| Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT) | 619 | 15,8 | 707 | 16,0 | 14,1% |

¹ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

Mit Bezug auf die Beschreibung des Umfangs unserer Geschäftstätigkeiten und unserer Wettbewerbspositionen im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 55 kam es im ersten Quartal 2015 zu keinen wesentlichen Veränderungen.

Zur kontinuierlichen Anpassung unserer Strukturen an unsere Märkte und Kunden wandten wir für Restrukturierungen 54 Mio Euro auf (Vorjahresquartal: 28 Mio Euro). Um ein skalierbares Geschäftsmodell zu schaffen, bauen wir unter anderem unsere Shared Services aus und optimieren weiterhin unser Produktionsnetzwerk. Darüber hinaus führen wir die Integration der im Jahr 2014 getätigten Akquisitionen fort.

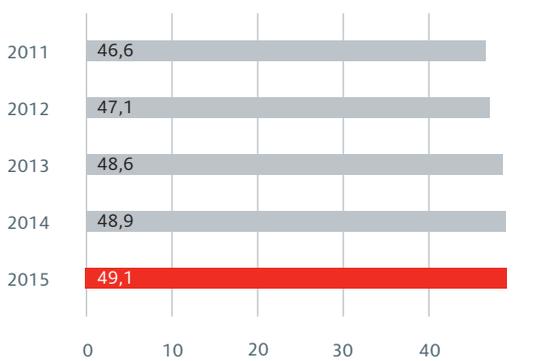
Im Folgenden werden die um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen bereinigten betrieblichen Aufwands- und Ertragsposten bis zum betrieblichen Ergebnis kommentiert. Die Überleitungsrechnung sowie die Verteilung der Restrukturierungsaufwendungen auf die Kostenzeilen der Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung finden Sie auf Seite 24.

Die Kosten der umgesetzten Leistungen erhöhten sich gegenüber dem ersten Quartal 2014 um 12,3 Prozent auf 2.253 Mio Euro. Das Bruttoergebnis vom Umsatz stieg um 13,3 Prozent auf 2.177 Mio Euro. Somit konnten wir die Bruttomarge um 0,2 Prozentpunkte auf 49,1 Prozent steigern. Dazu trugen leicht rückläufige Preise für Rohstoffe, Verpackungen, bezogene Waren und Leistungen sowie Einsparungen aus Kostensenkungsmaßnahmen und Effizienzverbesserungen in Produktion und Supply Chain bei. Gegenläufig wirkten sich negative Effekte aus Währungskursveränderungen auf die Bruttomarge aus.

Die Marketing- und Vertriebsaufwendungen stiegen im Vergleich zum Vorjahresquartal um 10,6 Prozent auf 1.139 Mio Euro. Der Anteil am Konzernumsatz reduzierte sich um 0,5 Prozentpunkte auf 25,7 Prozent. Für Forschung und Entwicklung wandten wir insgesamt 117 Mio Euro auf und hielten den Anteil am Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal bei 2,6 Prozent konstant. Die Verwaltungsaufwendungen stiegen vor allem aufgrund der getätigten Akquisitionen und aufgrund von Währungskurseinflüssen im Vergleich zum Vorjahresquartal auf 226 Mio Euro an.

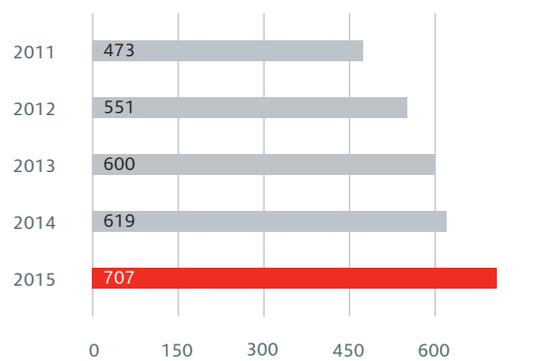
Bereinigte Bruttomarge im ersten Quartal

in Prozent vom Umsatz



Bereinigter EBIT im ersten Quartal

in Mio Euro



In Relation zum Umsatz lagen diese mit 5,0 Prozent über dem Niveau des ersten Quartals 2014.

Der Saldo aus Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen blieb mit 12 Mio Euro wie im Vorjahresquartal auf niedrigem Niveau.

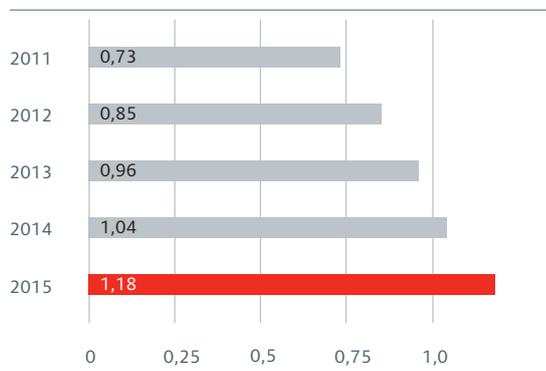
Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 14,1 Prozent von 619 Mio Euro auf 707 Mio Euro. Wir haben die bereinigte Umsatzrendite des Konzerns von 15,8 auf 16,0 Prozent erneut steigern können. Eine starke Margenverbesserung zeigte der Unternehmensbereich Laundry & Home Care mit einer Steigerung von 16,6 auf 17,1 Prozent. Hierzu trug vor allem die starke Umsatzentwicklung bei konsequentem Kostenmanagement bei. Im Unternehmensbereich Beauty Care erzielten wir aufgrund einer guten Umsatzentwicklung bei konsequentem Kostenmanagement eine gute Margenverbesserung um 0,2 Prozentpunkte auf 15,9 Prozent. Die Marge im Unternehmensbereich Adhesive Technologies lag mit 16,4 Prozent um 0,5 Prozentpunkte unter dem hohen Niveau des Vorjahresquartals.

Die Verbesserung des Finanzergebnisses um 6 Mio Euro auf –9 Mio Euro ist sowohl auf die Verbesserung des Nettozinsergebnisses als auch auf ein verbessertes Währungsergebnis zurückzuführen. Das Nettozinsergebnis verbesserte sich unter anderem aufgrund der Rückzahlung unseres Senior Bonds sowie ausgelaufener Zinsfixierungen im März 2014. Gegenläufig wirkte sich ein geringeres Beteiligungsergebnis aus. Die Steuerquote betrug 24,6 Prozent (bereinigt: 24,9 Prozent).

Der Quartalsüberschuss stieg um 5,7 Prozent von 456 Mio Euro auf 482 Mio Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 12 Mio Euro lag der Quartalsüberschuss bei 470 Mio Euro (im ersten Quartal 2014: 449 Mio Euro). Der bereinigte Quartals-

Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie im ersten Quartal

in Euro



überschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 510 Mio Euro gegenüber 452 Mio Euro im Vorjahresquartal. Das Ergebnis je Vorzugsaktie stieg von 1,04 Euro auf 1,09 Euro. Bereinigt lag es bei 1,18 Euro gegenüber 1,04 Euro im ersten Quartal 2014.

Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf

Im Rahmen des Berichts über das Geschäftsjahr 2014 haben wir für das Geschäftsjahr 2015 die Prognose abgegeben, dass wir ein organisches Umsatzwachstum von 3 bis 5 Prozent erwarten. Darüber hinaus erwarten wir eine konstante Entwicklung des Umsatzanteils unserer Wachstumsmärkte. Für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) haben wir eine Steigerung auf etwa 16 Prozent und für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie einen Anstieg von etwa 10 Prozent (2014: 4,38 Euro) prognostiziert.

Wir bestätigen diese Prognose für das Geschäftsjahr 2015.

Vergleich Prognose und Ergebnisse 2015

| | Prognose für 2015 | Ergebnisse 1. Quartal 2015 |
|--------------------------------------|---|--|
| Organisches Umsatzwachstum | Henkel-Konzern: 3–5 Prozent | Henkel-Konzern: 3,6 Prozent |
| | Laundry & Home Care: 3–5 Prozent Beauty Care: etwa 2 Prozent Adhesive Technologies: 3–5 Prozent | Laundry & Home Care: 5,2 Prozent Beauty Care: 2,1 Prozent Adhesive Technologies: 3,3 Prozent |
| Umsatzanteil der Wachstumsmärkte | auf Vorjahresniveau | auf dem Niveau des Vorjahresquartals |
| Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) | Steigerung auf etwa 16 Prozent | Steigerung auf 16,0 Prozent |
| Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie | Steigerung um etwa 10 Prozent | Steigerung um 13,5 Prozent |

Regionale Entwicklung

Eckdaten nach Regionen¹ im ersten Quartal 2015

| in Mio Euro | West- europa | Ost- europa | Afrika/ Nahost | Nord- amerika | Latein- amerika | Asien/ Pazifik | Corporate ² | Konzern |
|--------------------------------------|-----------------|----------------|-------------------|------------------|--------------------|-------------------|------------------------|---------|
| Umsatz Januar – März 2015 | 1.531 | 625 | 350 | 885 | 274 | 732 | 32 | 4.430 |
| Umsatz Januar – März 2014 | 1.450 | 670 | 277 | 670 | 241 | 588 | 34 | 3.929 |
| Veränderung gegenüber Vorjahr | 5,6% | -6,7% | 26,3% | 32,2% | 13,7% | 24,5% | - | 12,7% |
| Bereinigt um Wechselkurseffekte | 4,7% | 7,4% | 12,3% | 9,5% | 6,6% | 7,0% | - | 6,9% |
| Organisch | -0,1% | 6,7% | 12,3% | 2,4% | 5,3% | 5,9% | - | 3,6% |
| Anteil am Konzernumsatz | | | | | | | | |
| Januar – März 2015 | 35% | 14% | 8% | 20% | 6% | 16% | 1% | 100% |
| Januar – März 2014 | 37% | 17% | 7% | 17% | 6% | 15% | 1% | 100% |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | | | | | | | | |
| Januar – März 2015 | 308 | 76 | 44 | 129 | 28 | 85 | -22 | 648 |
| Januar – März 2014 | 317 | 77 | 48 | 115 | 20 | 64 | -32 | 608 |
| Veränderung gegenüber Vorjahr | -2,7% | -1,2% | -9,6% | 12,2% | 38,2% | 34,0% | - | 6,5% |
| Bereinigt um Wechselkurseffekte | -3,5% | 18,5% | -22,2% | -10,0% | 24,2% | 7,1% | - | 0,7% |
| Umsatzrendite (EBIT) | | | | | | | | |
| Januar – März 2015 | 20,1% | 12,1% | 12,5% | 14,6% | 10,1% | 11,7% | - | 14,6% |
| Januar – März 2014 | 21,8% | 11,4% | 17,5% | 17,1% | 8,3% | 10,8% | - | 15,5% |

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

² Corporate = Umsätze und Leistungen, die nicht den Regionen und den Unternehmensbereichen zugeordnet werden können.

Im Folgenden kommentieren wir die berichteten Ergebnisse:

In einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld blieb der Umsatz in **Westeuropa** organisch auf dem Niveau des Vorjahresquartals.

Das betriebliche Ergebnis der Region reduzierte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 3,5 Prozent. Die Umsatzrendite der Region lag mit 20,1 Prozent um 1,7 Prozentpunkte unter der des Vorjahresquartals.

In der Region **Osteuropa** steigerten wir den Umsatz organisch um 6,7 Prozent. Hierzu trug vor allem das zweistellige organische Wachstum in Russland bei.

Das betriebliche Ergebnis der Region erhöhte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 18,5 Prozent. Die Umsatzrendite der Region erhöhte sich um 0,7 Prozentpunkte auf 12,1 Prozent.

In der Region **Afrika/Nahost** war unser Wachstum zwar weiterhin durch die politischen Unruhen in einigen Ländern beeinflusst, jedoch erzielten wir im ersten Quartal 2015 erneut ein zweistelliges organisches Wachstum. Dieses betrug 12,3 Prozent. Alle Unternehmensbereiche konnten mit zweistelligen Wachstumsraten einen Beitrag hierzu leisten.

Das betriebliche Ergebnis der Region reduzierte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 22,2 Prozent. Das Ergebnis des Vorjahresquartals war durch die Rücknahme von Wertminderungen (Impairments) von Zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten positiv beeinflusst. Die Umsatzrendite reduzierte sich um 5,0 Prozentpunkte auf 12,5 Prozent.

In der Region **Nordamerika** konnten wir mit 2,4 Prozent ein gutes organisches Umsatzwachstum erzielen.

Das betriebliche Ergebnis der Region reduzierte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 10,0 Prozent. Die Umsatzrendite der Region reduzierte sich von 17,1 Prozent im Vorjahresquartal auf 14,6 Prozent.

Den Umsatz in der Region **Lateinamerika** steigerten wir organisch um 5,3 Prozent. Insbesondere die Geschäftsentwicklung in Mexiko trug zu dieser starken Verbesserung bei.

Das betriebliche Ergebnis steigerten wir – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 24,2 Prozent. Die Umsatzrendite der Region erhöhte sich um 1,8 Prozentpunkte auf 10,1 Prozent.

Der Umsatz der Region **Asien/Pazifik** wuchs organisch um 5,9 Prozent. Die starke Geschäftsentwicklung war insbesondere durch das sehr starke Wachstum in China getrieben.

Das betriebliche Ergebnis stieg – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 7,1 Prozent. Die Umsatzrendite verbesserte sich gegenüber dem Vorjahresquartal um 0,9 Prozentpunkte auf 11,7 Prozent.

Wir konnten unseren Umsatz in den **Wachstumsregionen** Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) um 12,0 Prozent auf 1.870 Mio Euro steigern. Der Anteil der Wachstumsregionen am Konzernumsatz blieb mit 42 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal stabil. Das organische Wachstum war mit 7,7 Prozent erneut sehr stark. Alle Unternehmensbereiche trugen zu dieser Steigerung bei.

Laundry & Home Care

Wichtige Kennzahlen¹

| in Mio Euro | 1. Q/2014 | 1. Q/2015 | + / - |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Umsatz | 1.147 | 1.298 | + 13,2 % |
| Anteil am Konzernumsatz | 29% | 29% | |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | 196 | 192 | - 2,2 % |
| Bereinigtes ² betriebliches Ergebnis (EBIT) | 190 | 222 | + 16,7 % |
| Umsatzrendite (EBIT) | 17,1% | 14,8% | - 2,3 pp |
| Bereinigte ² Umsatzrendite (EBIT) | 16,6% | 17,1% | + 0,5 pp |
| Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) | 34,6% | 21,0% | - 13,6 pp |

pp = Prozentpunkte

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

² Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

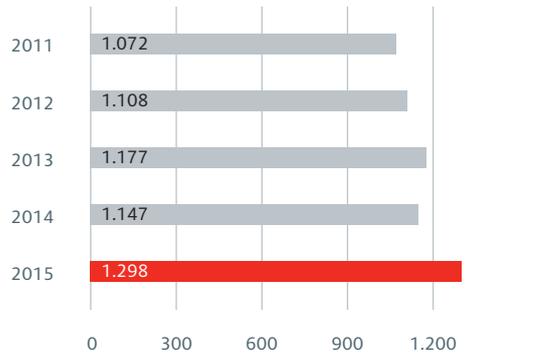
Umsatzveränderung¹

| in Prozent | 1. Q/2015 |
|---------------------------------|-----------|
| Veränderung zum Vorjahr | 13,2 |
| Wechselkurseffekte | 2,1 |
| Bereinigt um Wechselkurseffekte | 11,1 |
| Akquisitionen/Divestments | 5,9 |
| Organisch | 5,2 |
| Davon Preis | 2,3 |
| Davon Menge | 2,9 |

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Umsatz im ersten Quartal

in Mio Euro



Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** erreichte im ersten Quartal ein starkes organisches Umsatzwachstum. Mit 1.298 Mio Euro erreichten wir den höchsten absoluten Quartalsumsatz. Das bereinigte betriebliche Ergebnis stieg zweistellig; die bereinigte Umsatzrendite verzeichnete einen starken Anstieg. Damit konnten wir unseren profitablen Wachstumskurs auch im ersten Quartal 2015 erfolgreich fortsetzen.

Im Folgenden kommentieren wir die organische Umsatzentwicklung:

Organisch – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – konnten wir den Umsatz gegenüber dem ersten Quartal des Vorjahres um 5,2 Prozent steigern. Dieses Wachstum lag erneut über dem unserer relevanten Märkte, so dass wir unsere Marktanteile weiter ausbauen konnten.

Innovation



X-Tra und Purex PowerShot

Das neue X-Tra PowerShot enthält ein neuartiges und integriertes Dosiersystem. Es dosiert das Flüssigwaschmittel exakt für ein optimales Waschergebnis. Die innovative Dosiertechnologie beugt somit unbewusstem Überdosieren vor; sie steht Henkel exklusiv zur Verfügung. Das neue PowerShot-Waschmittel wurde im ersten Quartal 2015 in Nordamerika – hier unter der Marke Purex – sowie in Westeuropa eingeführt.

www.autodoseur.fr und www.purex.com

Weitere Informationen zu den Produktneuheiten des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care finden Sie im Internet: www.henkel.de/produkte-marken

Haupttreiber für das starke organische Umsatzwachstum waren unsere Wachstumsmärkte. Die Region Afrika/Nahost verzeichnete ein zweistelliges Wachstum. Die Region Osteuropa trug mit einem sehr starken Wachstum zum guten Ergebnis bei. Der Umsatz in der Region Lateinamerika entwickelte sich gut.

Die reifen Märkte verzeichneten ein positives Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahresquartal, gestützt auf die positive Entwicklung in Westeuropa. Insbesondere Deutschland trug mit einem starken Wachstum dazu bei. In Nordamerika blieb der Umsatz auf dem Niveau des ersten Quartals 2014. Der nordamerikanische Markt ist weiterhin durch ein intensives Wettbewerbsumfeld geprägt.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) konnten wir im Vergleich zum Vorjahresquartal deutlich um 16,7 Prozent auf 222 Mio Euro steigern. Bei der bereinigten Umsatzrendite verzeichneten wir im Vergleich zum ersten Quartal 2014 einen starken Anstieg um 0,5 Prozentpunkte auf 17,1 Prozent. Durch fortgesetzte Maßnahmen zur Kostensenkung in Produktion und Supply Chain ist es uns gelungen, die Effekte eines anhaltend starken Promotions- und Preiswettbewerbs sowie negative Währungskurseffekte zu kompensieren und die Bruttomarge zu erhöhen. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) lag mit 21,0 Prozent unter dem Niveau des Vorjahresquartals, vor allem beeinflusst durch den Kapitaleffekt der Akquisitionen im Jahr 2014 sowie durch höhere Restrukturierungsaufwendungen. Das Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz erreichte erneut ein sehr niedriges Niveau; es lag jedoch mit -3,9 Prozent aufgrund der im Jahr 2014 getätigten Akquisitionen über dem des Vorjahresquartals.

Zahlreiche Innovationen stärkten unsere Geschäftsfelder:

Im Geschäftsfeld *Waschmittel* (Laundry Care) erzielten wir im ersten Quartal ein starkes organisches Wachstum. Im Wesentlichen zeigten unsere Universalwaschmittel eine dynamische Entwicklung, insbesondere unsere Kernmarke Persil. Unsere Weichspüler trugen ebenfalls zu diesem guten Ergebnis bei.

Im Bereich Premium-Waschmittel haben wir in den USA ein leistungsstarkes Waschmittel unter der Marke Persil eingeführt: Das neue Persil ProClean. Persil ProClean verfügt über eine einzigartige und kraftvolle Formel für beste Waschergebnisse. Das

Sortiment von Persil ProClean deckt die relevanten Segmente Flüssig-, Pulver- und vordosierte Waschmittel ab.

Im Bereich Flüssigwaschmittel haben wir unter den Marken X-Tra in Westeuropa und Purex in Nordamerika Produkte mit einem einzigartigen Dosiersystem eingeführt. Das in die Flasche integrierte PowerShot-System dosiert das Flüssigwaschmittel exakt für ein optimales Waschergebnis. So beugt es unbewusstem Überdosieren vor. Diese technische Innovation steht Henkel exklusiv zur Verfügung.

Darüber hinaus haben wir im Bereich Flüssigwaschmittel mit der Einführung von kombinierten „Waschmittel und Vorbehandlung“-Varianten Impulse gesetzt. Die Waschmittelrezeptur dieser Produkte ist mit einem Fleckenlöser angereichert; die Verpackung enthält eine einzigartige Fleckenbürste. Diese 2in1-Varianten wurden unter verschiedenen Marken in mehreren westeuropäischen Ländern eingeführt.

Im Bereich Waschzusätze haben wir die neuen Color Catcher „All at 30“ eingeführt. Diese Farbfangtücher besitzen erstmalig zusätzlich einen konzentrierten Fleckenlöser. Neben dem bewährten Farbübertragungsschutz sorgen sie gleichzeitig für noch saubere Wäsche bereits ab 30 Grad Celsius.

Das Geschäftsfeld *Reinigungsmittel* (Home Care) verzeichnete im ersten Quartal ebenfalls ein starkes Wachstum. Es war in erster Linie auf den weiterhin anhaltenden Erfolg unserer WC-Produkte gestützt. Auch unsere Handgeschirrspülmittel trugen maßgeblich zu dem guten Ergebnis bei.

Der Bereich Maschinengeschirrspülmittel wurde in Westeuropa in Italien und Spanien sowie in einigen osteuropäischen Ländern durch Pril Gold Gel gestärkt. Pril Gold Gel enthält eine verbesserte Formel und ist in diesen Märkten das Gel mit der stärksten Reinigungsleistung im Spülmarkt.

Im Bereich Handgeschirrspülmittel haben wir – aufbauend auf dem großen Erfolg – Pril gegen Fett und Stärke nun auch in Russland eingeführt. Neben der bekannten starken Formel gegen Fett und hartnäckige Stärkereste verfügt das Produkt über eine verbesserte Reinigungsleistung dank noch effizienterer Einweichkraft.

Top-Marken

Persil

Purex



Beauty Care

Wichtige Kennzahlen¹

| in Mio Euro | 1. Q/2014 | 1. Q/2015 | +/- |
|--|-----------|-----------|---------|
| Umsatz | 856 | 940 | +9,9% |
| Anteil am Konzernumsatz | 22% | 21% | |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | 114 | 133 | +17,0% |
| Bereinigtes ² betriebliches Ergebnis (EBIT) | 134 | 150 | +11,4% |
| Umsatzrendite (EBIT) | 13,3% | 14,1% | +0,8 pp |
| Bereinigte ² Umsatzrendite (EBIT) | 15,7% | 15,9% | +0,2 pp |
| Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) | 22,5% | 20,1% | -2,4 pp |

pp = Prozentpunkte

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

² Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

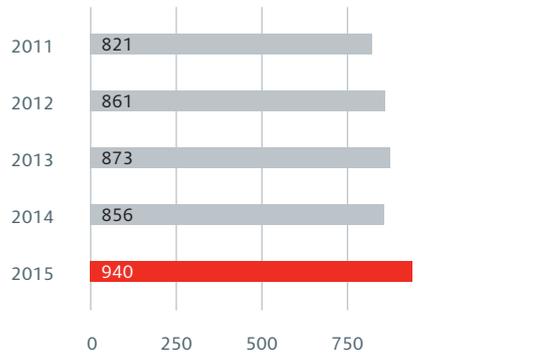
Umsatzveränderung¹

| in Prozent | 1. Q/2015 |
|---------------------------------|-----------|
| Veränderung zum Vorjahr | 9,9 |
| Wechselkurseffekte | 4,2 |
| Bereinigt um Wechselkurseffekte | 5,7 |
| Akquisitionen/Divestments | 3,6 |
| Organisch | 2,1 |
| Davon Preis | 2,2 |
| Davon Menge | -0,1 |

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Umsatz im ersten Quartal

in Mio Euro

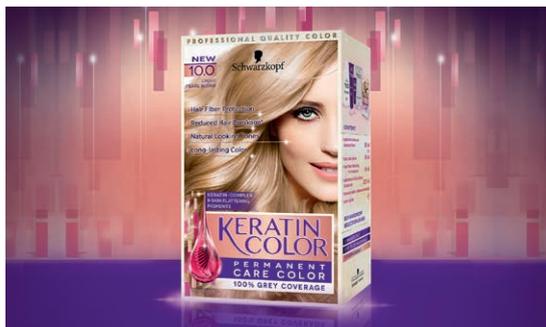


Der Unternehmensbereich **Beauty Care** erzielte im ersten Quartal erneut ein gutes organisches Umsatzwachstum. Mit 940 Mio Euro erreichten wir den höchsten absoluten Quartalsumsatz. Das bereinigte betriebliche Ergebnis stieg zweistellig, die bereinigte Umsatzrendite verzeichnete einen guten Anstieg. Unseren langjährigen profitablen Wachstumskurs konnten wir somit erfolgreich fortsetzen.

Im Folgenden kommentieren wir die organische Umsatzentwicklung:

Organisch – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – konnten wir den Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 2,1 Prozent steigern. Damit entwickelten wir uns abermals besser als unsere relevanten Märkte und konnten unsere Marktanteile weiter steigern.

Innovation



Schwarzkopf Keratin Color

Mit Schwarzkopf Keratin Color, unserer ersten Pflegecoloration mit Dreifachkeratin für sehr anspruchsvolles Haar, setzt Schwarzkopf einen weiteren Meilenstein im Haarcolorationsgeschäft. Die Hochleistungsformel mit Keratin pflegt und schützt vor, während und nach dem Colorieren. Dank der innovativen Pigmentmischung liefert sie intensive, lang anhaltende Farben mit perfekter Grauhaarabdeckung und Nuancen, die sich harmonisch dem Hautton anpassen. www.schwarzkopf.com

Weitere Informationen zu den Produktneuheiten des Unternehmensbereichs Beauty Care finden Sie im Internet: www.henkel.de/produkte-marken

Aus regionaler Sicht entwickelte sich unser Geschäft in den Wachstumsmärkten mit sehr starken Wachstumsraten weiterhin erfolgreich. In der Region Asien (ohne Japan) steigerten wir den Umsatz erneut im zweistelligen Bereich. Auch in der Region Afrika/Nahost und Lateinamerika erzielten wir ein zweistelliges Umsatzwachstum. In der Region Osteuropa konnten wir unsere gute Entwicklung fortsetzen.

Die reifen Märkte sind weiterhin geprägt von einer negativen Marktentwicklung sowie einem intensiven Preis- und Promotionswettbewerb. In diesem herausfordernden Wettbewerbsumfeld blieb der Umsatz in den reifen Märkten leicht unter dem Wert des ersten Quartals 2014. Während wir in der Region Nordamerika ein gutes Wachstum erzielten, erreichte der Umsatz in den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik nicht das Niveau des Vorjahresquartals. Getrieben durch den weiter intensivierten Preiswettbewerb in Westeuropa konnte der Umsatz nicht an das gute Vorjahresquartal anknüpfen.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis steigerten wir deutlich auf 150 Mio Euro. Die bereinigte Umsatzrendite erreichte 15,9 Prozent. Mittels fortgesetzter Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerungen in Produktion und Supply Chain ist es uns gelungen, die Auswirkungen des intensiven Promotions- und Preiswettbewerbs sowie negative Währungskurseffekte auf die Bruttomarge teilweise zu kompensieren. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) lag mit 20,1 Prozent akquisitionsbedingt unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Das Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz erreichte mit 3,1 Prozent erneut einen niedrigen Stand; es lag jedoch aufgrund von Wechselkurseffekten und der im Jahr 2014 getätigten Akquisitionen über dem des Vorjahresquartals.

Zahlreiche Innovationen stärkten unsere Geschäftsfelder:

Unser *Markenartikelgeschäft* erzielte im ersten Quartal eine gute Umsatzentwicklung. Diese wurde unterstützt durch erfolgreiche Innovationen, mit denen wir unsere Marktpositionen weiter ausbauen konnten.

Im Bereich Haarcolorationen setzte Schwarzkopf einen weiteren Meilenstein mit Keratin Color, unserer ersten Pflegecoloration mit Dreifachkeratin für sehr anspruchsvolles Haar. Die Hochleistungsformel pflegt und schützt vor, während und nach dem Colorieren. Das Portfolio der Marke Brillance haben wir gestärkt mit

der Linie „Blonde Absolutes“ – für leuchtende, aufhellende Blondnuancen mit 100 Prozent Grauabdeckung.

Im Bereich Haarpflege haben wir das neue Essence Ultime Blonde Deluxe speziell für natürliches und coloriertes blondes Haar entwickelt. Es basiert auf Citrus-Extrakt und Öl, bietet eine leichte Blondaufhellung und einen Anti-Gelbstich-Effekt. Das neue Gliss Kur Serum Deep-Repair für strapaziertes Haar ist die erste Serum-Pflege von Gliss Kur, die in bis zu zehn Haarschichten wirkt – für 100 Prozent regeneriertes Haar. Syoss Color Luminance & Protect mit „Salon-inspirierter Farb-Laminierung“ bietet lang anhaltenden Farbschutz für bis zu 90 Prozent Farbintensität selbst zehn Wochen nach dem Färben.

Im Bereich Haarstyling zelebriert die Marke Taft – 60 Jahre nach der Markteinführung in Deutschland – einen umfassenden Relaunch mit einer neuen Kräftigungsformel für gekräftigtes Haar bei jedem Wetter. Mit Styliste Ultime haben wir unsere erste Styling-Linie eingefügt, die exklusiv mit Beauty-Ikone Claudia Schiffer entwickelt wurde.

Im Bereich Körperpflege sorgt die Linie Fa Magic Oil mit ihrer innovativen, nicht fettenden Mikroöl-Formel und blumigen Düften für eine edle Pflege. Unter der Männerlinie Right Guard wurde die Innovation Xtreme Heat Shield eingeführt. Die Formel mit „Sweat Detect Technology“ erkennt Schweiß im Moment des Entstehens und schützt selbst bei extremer Hitze.

Im Bereich Hautpflege wurde Diadermine Lift+ Superfiller eingeführt, die erste Liftingpflege, die so effektiv ist wie eine Hyaluronsäure-Injektion. Die Produkte enthalten 5 Prozent Hyaluron-Aktivstoffe und mikroinjizierte Hyaluronsäure, die die Aufpolsterung der Haut von innen unterstützen.

Im Bereich Mundpflege bietet Vademecum Intense Freshness mit natürlichen Extrakten aus Eukalyptus und Minze einen kompletten Rundumschutz für die Zähne.

Unser *Friseurgeschäft* lag organisch in einem weiterhin schwierigen Marktumfeld leicht unter dem Umsatzniveau des Vorjahreszeitraums. Neue Wachstumsimpulse setzten wir mit unseren Innovationen im Color- und im Haarpflegebereich. Mit Igora High Power Browns bieten wir den Frisuren eine überragende Farbleistung in nur einem Arbeitsschritt – auch für dunkles Haar. Mit einer neuen Generation innovativer Haar-Pflegeöle der Marke BC können unsere Friseurpartner ihren Salonkunden ein außergewöhnliches Haarpflegeerlebnis anbieten.

Top-Marken


Schwarzkopf



syoss

Adhesive Technologies

Wichtige Kennzahlen¹

| in Mio Euro | 1. Q/2014 | 1. Q/2015 | +/- |
|--|-----------|-----------|---------|
| Umsatz | 1.893 | 2.160 | +14,1% |
| Anteil am Konzernumsatz | 48% | 49% | |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | 331 | 345 | +4,2% |
| Bereinigtes ² betriebliches Ergebnis (EBIT) | 319 | 353 | +10,6% |
| Umsatzrendite (EBIT) | 17,5% | 16,0% | -1,5 pp |
| Bereinigte ² Umsatzrendite (EBIT) | 16,9% | 16,4% | -0,5 pp |
| Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) | 20,2% | 17,5% | -2,7 pp |

pp = Prozentpunkte

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

² Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

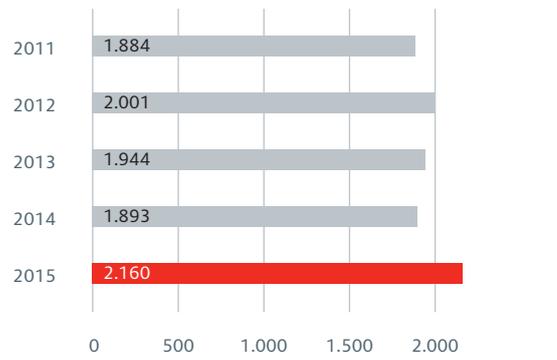
Umsatzveränderung¹

| in Prozent | 1. Q/2015 |
|---------------------------------|------------|
| Veränderung zum Vorjahr | 14,1 |
| Wechselkurseffekte | 9,0 |
| Bereinigt um Wechselkurseffekte | 5,1 |
| Akquisitionen/Divestments | 1,8 |
| Organisch | 3,3 |
| Davon Preis | 1,3 |
| Davon Menge | 2,0 |

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Umsatz im ersten Quartal

in Mio Euro



Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erzielte im ersten Quartal ein gutes organisches Umsatzwachstum. Mit 2.160 Mio Euro erreichten wir den höchsten absoluten Quartalsumsatz. Das bereinigte betriebliche Ergebnis stieg zweistellig, die bereinigte Umsatzrendite lag aber unter dem hohen Niveau des Vorjahresquartals.

Im Folgenden kommentieren wir die organische Umsatzentwicklung:

Das organische Umsatzwachstum – bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – betrug 3,3 Prozent. Dieser Anstieg wurde sowohl durch Mengen- als auch Preissteigerungen getrieben.

Unsere Wachstumsmärkte entwickelten sich stark im Vergleich zum Vorjahresquartal. Dabei erreichte die Region Afrika/Nahost zweistellige Zuwachsraten.

Innovation



Loctite GC 10

Die elektrisch leitfähige Lötpaste von Loctite setzt neue Maßstäbe in der Elektronikindustrie: Sie kann bei Raumtemperatur gelagert werden und behält dabei ein Jahr lang ihre Eigenschaften. Damit entfällt die bisher notwendige aufwändige Kühlung während Transport und Lagerung. Unsere Kunden vereinfachen so ihre Abläufe und sparen Energie sowie Kosten.

www.henkel-adhesives.com/loctite-gc10

Weitere Informationen zu den Produktneuheiten des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies finden Sie im Internet: www.henkel.de/produkte-marken

Die Region Asien (ohne Japan) erzielte ein starkes Umsatzwachstum. Ebenfalls stark entwickelte sich unser Geschäft in der Region Osteuropa, trotz der anhaltend schwierigen politischen Lage in Teilen der Region. Eine gute Entwicklung erzielten wir in der Region Lateinamerika.

In den reifen Märkten erreichten wir insgesamt eine positive Umsatzentwicklung. Dabei verzeichnete die Region Nordamerika eine gute Umsatzsteigerung. Während sich die Geschäfte in den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik positiv im Vergleich zum ersten Quartal 2014 entwickelten, blieben die Umsätze in Westeuropa stabil.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg zweistellig auf 353 Mio Euro. Die bereinigte Umsatzrendite lag unter dem hohen Niveau des Vorjahres. Hier wirkten sich negative Effekte aus der Entwicklung wichtiger Währungen und Investitionen in markt- und innovationsorientierte Geschäftsstrukturen aus. Die fortgesetzten Maßnahmen zur Kostenoptimierung in Produktion und Supply Chain haben erfolgreich zu einer Bruttomarge auf dem Niveau des Vorjahres beigetragen. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) erreichte 17,5 Prozent und lag damit akquisitionsbedingt unter dem Vorjahreswert. Das Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz erreichte mit 14,0 Prozent ein niedriges Niveau; es lag jedoch aufgrund von Wechselkurseffekten und der im Jahr 2014 getätigten Akquisition über dem des Vorjahresquartals.

Das Geschäftsfeld *Verpackungs- und Konsumgüterklebstoffe* entwickelte sich insgesamt positiv im Vergleich zum Vorjahresquartal. Sehr stark entwickelten sich unsere Geschäfte mit Klebstoffen für Verpackung und Etikettierung. In Mumbai haben wir unser neues Trainingszentrum speziell für Kunden aus der Verpackungsindustrie eröffnet – die erste Einrichtung dieser Art in Indien. Somit können wir unsere umfangreiche Expertise im Bereich Klebstoffe für flexible Verpackungen nun auch einem breiten Kreis unserer Kunden im Wachstumsmarkt Indien anbieten.

Im Geschäftsfeld *Transport und Metall* verzeichneten wir eine gute Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahresquartal. Besonders dynamisch entwickelten sich hier unsere Akustiklösungen und Strukturklebstoffe für die Automobilindustrie. Wachstumstreiber waren unsere maßgeschneiderten und nachhaltigen Produktinnovationen, die wir in enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden entwickeln.

Das Geschäftsfeld *Allgemeine Industrie* erzielte erneut das höchste Wachstum und zeigte im Vergleich zum Vorjahresquartal eine gute Umsatzsteigerung. Der Bereich Fahrzeugreparatur und Instandhaltung verzeichnete dabei ein starkes Umsatzwachstum. Im Rahmen der kontinuierlichen Stärkung unserer Top-Marke Loctite haben wir eine neue, globale Marketingkampagne für Industriekunden gestartet.

Im Geschäftsfeld *Elektronik* konnten wir ebenfalls eine gute Umsatzentwicklung erzielen. Hierzu trugen vor allem unsere Geschäfte mit Herstellern von Unterhaltungselektronik bei sowie unsere wärmeableitenden Produkte für die Elektronikindustrie, die wir 2014 mit dem Erwerb von The Bergquist Company übernommen haben. Wachstumsimpulse konnten wir ferner durch eine richtungsweisende Innovation von Loctite erzielen: eine Lötpaste, deren Eigenschaften nun auch bei Raumtemperatur über lange Zeit stabil bleiben und die unseren Kunden somit erhebliche Kosten- und Effizienzvorteile bietet.

Das Geschäftsfeld *Klebstoffe für Konsumenten, Handwerk und Bau* verzeichnete eine gute Umsatzentwicklung. Besonders stark entwickelten sich hier die Produkte für Haushalt und Reparatur. Durch die erstmalige Schaltung eines TV-Spots von Loctite beim Finale der National Football League (NFL), dem größten Fernseh-Sportereignis in den USA, konnten wir sehr hohe Aufmerksamkeit bei unseren Konsumenten und Spitzenwerte in der digitalen Aktivierung erzielen.

Top-Marken

LOCTITE

TECHNOMELT

BONDERITE

Quartalsfinanzbericht 2015

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Beschreibung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen beruht auf Angaben von IHS Global Insight.

Die Weltwirtschaft ist in den ersten drei Monaten 2015 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um etwa 2,5 Prozent gewachsen. Die Industrieproduktion legte im selben Zeitraum um rund 3 Prozent zu. Der private Konsum entwickelte sich mit 2,5 Prozent moderat.

In den ersten drei Monaten 2015 ist die nordamerikanische Wirtschaft um etwa 3 Prozent gewachsen. Westeuropas Wirtschaft wuchs hingegen nur um rund 1 Prozent. Die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland zeigte ebenfalls ein Wachstum von rund 1 Prozent.

Die Wachstumsregion Asien (ohne Japan) erhöhte ihre Wirtschaftsleistung um rund 6 Prozent. Lateinamerikas Wirtschaft und die wirtschaftliche Entwicklung in Osteuropa stagnierten in den ersten drei Monaten 2015.

Zum US-Dollar wertete der Euro in den ersten drei Monaten 2015 gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 1,37 auf 1,13 US-Dollar ab. Weltweit sind die Verbraucherpreise um etwa 2 Prozent gestiegen. Die weltweite Arbeitslosenquote lag bei etwa 7 Prozent.

Für Henkel wichtige Branchen

Der Anstieg der privaten Konsumausgaben blieb in den ersten drei Monaten 2015 mit 2,5 Prozent moderat. Die Verbraucher in Nordamerika steigerten ihre Ausgaben im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 3 Prozent. In Westeuropa wuchsen die Konsumausgaben um 2 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Konsumfreudiger zeigten sich die Wachstumsmärkte mit einem Plus von rund 4 Prozent.

Die Industrieproduktion lag in den ersten drei Monaten des Jahres 2015 mit rund 3 Prozent leicht über dem Niveau des gesamtwirtschaftlichen Wachstums. Der Transportsektor konnte seine Produktion um rund 5 Prozent ausweiten. Die Metallindustrie erhöhte ihre Produktion um rund 3 Prozent. Die Elektronik- und die Automobilbranche steigerten ihre Produktion um jeweils rund 2 Prozent. Verhalten war die Entwicklung in konsumnahen Branchen wie der globalen Verpackungsindustrie, die eine moderate Steigerung von etwa 1,5 Prozent zeigte.

Die weltweite Bauproduktion wuchs in den ersten drei Monaten dieses Jahres um etwa 1 Prozent.

Auswirkungen auf Henkel

Im Umfeld eines moderaten privaten Konsumklimas ist es uns gelungen, den Umsatz unserer Konsumentengeschäfte organisch deutlich zu erhöhen.

Das organische Umsatzwachstum des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies lag in den Monaten Januar bis März 2015 mit 3,3 Prozent leicht über dem Wachstum der Industrieproduktion.

Unsere Bruttomarge konnten wir im Vergleich zum Vorjahreszeitraum steigern. Hierzu trugen leicht rückläufige Preise für Rohstoffe, Verpackungen, bezogene Waren und Leistungen sowie Einsparungen aus Kostensenkungsmaßnahmen und Effizienzverbesserungen in Produktion und Supply Chain bei.

Ertragslage

Zur Kommentierung der Ertragslage verweisen wir auf das Kapitel zum Geschäftsverlauf im ersten Quartal 2015 ab Seite 5.

Vermögenslage

Im Vergleich zum Jahresende 2014 stieg die Bilanzsumme um 1,9 Mrd Euro auf 22,9 Mrd Euro.

Im **langfristigen Vermögen** erhöhten sich die Immateriellen Vermögenswerte im Wesentlichen aufgrund von Währungseffekten um 936 Mio Euro. Im gestiegenen Sachanlagevermögen standen Investitionen in Höhe von 102 Mio Euro Abschreibungen von 80 Mio Euro gegenüber.

Das **kurzfristige Vermögen** stieg von 6,8 Mrd Euro auf 7,6 Mrd Euro. Einerseits wirkten sich höhere Vorräte sowie höhere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aus. Andererseits verringerten sich die Sonstigen finanziellen Vermögenswerte leicht aufgrund der teilweisen Veräußerung unserer Wertpapiere und Terminanlagen. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erhöhten sich im Berichtszeitraum um 155 Mio Euro.

Das **Eigenkapital** einschließlich der nicht beherrschenden Anteile erhöhte sich gegenüber dem Ende des Geschäftsjahres 2014 um 1.453 Mio Euro auf 13.097 Mio Euro. Die einzelnen Einflüsse auf die Eigenkapitalentwicklung stellen wir auf Seite 25 tabellarisch dar. Eigenkapitalerhöhend wirkte sich der Quartalsüberschuss in Höhe von 482 Mio Euro aus. Zudem wirkten sich positive Währungseffekte in Höhe von 975 Mio Euro aus. Die Eigenkapitalquote (das Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme) ist im Vergleich zum Jahresende 2014 um 1,7 Prozentpunkte auf 57,3 Prozent gestiegen.

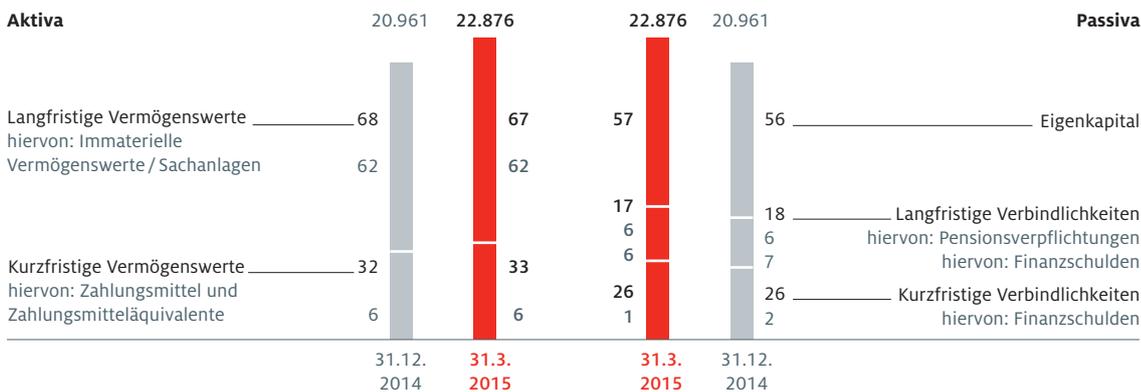
Die **langfristigen Verbindlichkeiten** sind leicht um 0,2 Mrd Euro auf 3,9 Mrd Euro gestiegen. Unsere Pensionsverpflichtungen sind infolge der niedrigeren Diskontierungszinssätze gegenüber dem Jahresende 2014 gestiegen. Dieser Anstieg wurde durch die überdurchschnittliche Rendite des Pensionsvermögens gemildert.

Die **kurzfristigen Verbindlichkeiten** sind leicht um 0,3 Mrd Euro auf 5,9 Mrd Euro gestiegen. Hier wirkte sich im Wesentlichen die Erhöhung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen aus.

Bilanzstruktur

in Prozent

Bilanzsumme in Mio Euro



Nettofinanzposition

in Mio Euro



¹ Im Wesentlichen Währungskurseffekte.

Unsere **Nettofinanzposition**¹ beläuft sich zum 31. März 2015 auf 10 Mio Euro (31. Dezember 2014: -153 Mio Euro).

Nettofinanzposition

in Mio Euro

| | |
|------------------------|-----------|
| 1. Quartal 2014 | 923 |
| 2. Quartal 2014 | 156 |
| 3. Quartal 2014 | 740 |
| 4. Quartal 2014 | -153 |
| 1. Quartal 2015 | 10 |

Die operative Schuldendeckung lag im Berichtszeitraum infolge der Verbesserung unserer Nettofinanzposition deutlich über dem Zielwert von 50 Prozent. Auch der Zinsdeckungsfaktor hat sich, begünstigt durch das höhere betriebliche Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA), weiter verbessert.

Finanzlage

Die Entwicklung der Finanzlage wird in der Konzernkapitalflussrechnung auf Seite 26 im Einzelnen dargestellt. Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** lag im ersten Quartal 2015 mit 419 Mio Euro deutlich über dem Vergleichswert des Vorjahreszeitraums (172 Mio Euro). Neben dem gestiegenen betrieblichen Ergebnis wurde der Cashflow aus lau-

fender Geschäftstätigkeit durch höhere Zuflüsse bei den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderen Verbindlichkeiten und Rückstellungen begünstigt.

Das Netto-Umlaufvermögen² bezogen auf die Umsatzerlöse ist gegenüber dem Vorjahreszeitraum im Wesentlichen aufgrund von Währungskurseffekten und Akquisitionen um 1,4 Prozentpunkte auf 6,2 Prozent gestiegen.

Finanzkennzahlen

| | 31.12.2014 | 31.3.2015 |
|---|------------|-----------|
| Operative Schuldendeckung¹ (Jahresüberschuss + Abschreibungen, Wertminderungen [Impairment] und Zuschreibungen + Zinsanteil Pensionsverpflichtungen) / Nettofinanzschulden und Pensionsverpflichtungen | 274,8% | 348,9% |
| Zinsdeckungsfaktor (EBITDA / Zinsergebnis inklusive Zinsanteil Pensionsverpflichtungen) | 48,4 | 83,9 |
| Eigenkapitalquote (Eigenkapital / Bilanzsumme) | 55,6% | 57,3% |

¹ Berücksichtigung der Hybrid-Anleihe zu 50 Prozent als Fremdkapital.

Der Mittelabfluss im **Cashflow aus Investitionstätigkeit** (-96 Mio Euro) lag unter dem Wert des Vorjahreszeitraums (-132 Mio Euro). Hier wirkten sich die im Vergleich zum ersten Quartal 2014 gesunke-

¹ Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zuzüglich kurzfristig monetisierbarer, als „Zur Veräußerung verfügbar“ oder nach der „Fair Value Option“ klassifizierter Finanzinstrumente abzüglich der Finanzschulden sowie zuzüglich positiver und abzüglich negativer Marktwerte der Sicherungsgeschäfte.

² Vorräte zuzüglich geleisteter Anzahlungen und Forderungen gegen Kunden und Lieferanten abzüglich Verbindlichkeiten gegenüber Kunden und Lieferanten sowie kurzfristiger Vertriebsrückstellungen.

nen Investitionen in Tochterunternehmen und sonstige Geschäftseinheiten sowie höhere Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten aus.

Die Reduzierung des **Cashflows aus Finanzierungstätigkeit** (-272 Mio Euro) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (-210 Mio Euro) war vor allem bedingt durch geringere Erlöse aus der Veräußerung kurzfristiger Wertpapiere und Terminanlagen.

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** sind im Vergleich zum 31. Dezember 2014 um 155 Mio Euro auf 1.383 Mio Euro gestiegen.

Der Anstieg des **Free Cashflows** auf 285 Mio Euro wurde im Vergleich zum ersten Quartal 2014 (63 Mio Euro) durch den deutlich höheren Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit geprägt.

Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen bestehender Geschäfte betragen 102 Mio Euro nach 75 Mio Euro im ersten Quartal 2014. In Immaterielle Vermögenswerte bestehender Geschäfte haben wir 22 Mio Euro investiert (Vorjahreszeitraum: 9 Mio Euro). Rund drei Viertel der Investitionssumme haben wir für Erweiterungsinvestitionen, Innovationen und Rationalisierungsmaßnahmen aufgewendet, zum Beispiel für den Ausbau unserer Produktionskapazität, die Einführung innovativer Produktlinien sowie für die Optimierung unserer Produktionsstruktur und unserer Geschäftsprozesse.

Große Einzelprojekte des Jahres 2015 waren bisher:

- Ausbau der Produktionskapazität für Shampoo- und Duschbad-Produkte in Wassertrüdingen, Deutschland (Beauty Care),
- Konsolidierung von Produktionsstandorten sowie Ausbau der Produktionskapazität in Shanghai, China (Adhesive Technologies),
- Errichtung einer Fabrik zur Herstellung von Bautechnik-Produkten in Bileća, Bosnien und Herzegowina (Adhesive Technologies),
- Optimierung unserer IT-Systemlandschaft zur Steuerung der Geschäftsprozesse.

Regional verteilten sich die Investitionen größtenteils auf Westeuropa, Osteuropa sowie Asien/Pazifik.

Investitionen im ersten Quartal 2015

| in Mio Euro | Bestehendes Geschäft | Akquisitionen | Gesamt |
|-----------------------------|----------------------|---------------|------------|
| Immaterielle Vermögenswerte | 22 | 2 | 24 |
| Sachanlagen | 102 | - | 102 |
| Summe | 124 | 2 | 126 |

Akquisitionen und Divestments

Mit Wirkung zum 30. Januar 2015 haben wir in den USA das Geschäft mit chemischen Hilfsprodukten für die weiterverarbeitende Industrie im Unternehmensbereich Adhesive Technologies veräußert. Weitere Details erläutern wir in den ausgewählten Anhangangaben auf Seite 29.

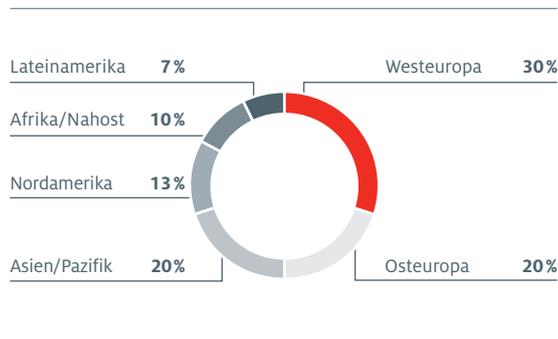
Unser Langfrist-Rating liegt weiterhin bei „A flat“ (Standard & Poor's beziehungsweise „A2“ (Moody's). Diese sind auch unsere Ziel-Ratings. Bei der Evaluierung von möglichen Akquisitionen werden wir auch zukünftig darauf achten, diese Ziel-Ratings nicht zu gefährden.

Mitarbeiter

Am 31. März 2015 beschäftigten wir rund 49.750 Mitarbeiter (31. Dezember 2014: 49.750).

Die Gesamtzahl der Mitarbeiter blieb somit im Vergleich zum Jahresende 2014 unverändert.

Mitarbeiter nach Regionen



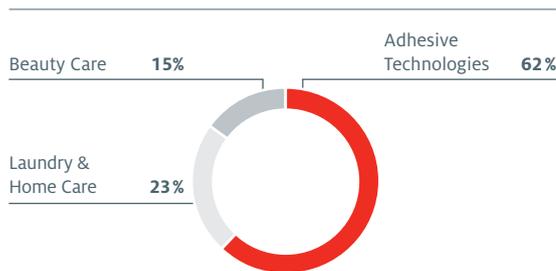
Stand: 31.3.2015

Forschung und Entwicklung

Im ersten Quartal 2015 betrug unsere Aufwendungen für Forschung und Entwicklung 119 Mio Euro (bereinigt um Restrukturierungsaufwendungen: 117 Mio Euro) nach 104 Mio Euro (bereinigt: 104 Mio Euro) im Vorjahreszeitraum. In Relation zum Umsatz sind die Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen im Vergleich zum Vorquartal um 0,1 Prozentpunkte angestiegen. Die Quote lag bei 2,7 Prozent (bereinigt: 2,6 Prozent).

Die Entwicklung von innovativen Produkten spielt für uns eine zentrale Rolle. Die im Geschäftsbericht 2014 ab Seite 81 beschriebene Forschungs- und Entwicklungsstrategie hat sich nicht verändert.

F&E-Aufwand nach Unternehmensbereichen



Nachtragsbericht

Mit Wirkung zum 14. April 2015 haben wir den Vertrag zum Erwerb der Novamelt GmbH unterzeichnet, um unser Geschäft mit Haftschmelzklebstoffen im Unternehmensbereich Adhesive Technologies zu erweitern. Die Novamelt GmbH erzielte im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz von rund 50 Mio Euro.

Ausblick

Der Ausblick zur Entwicklung der Weltwirtschaft beruht auf Daten von IHS Global Insight.

Für das Jahr 2015 erwarten wir eine weiterhin nur moderate Entwicklung des Weltwirtschaftswachstums und gehen von einem Anstieg des Bruttoinlandsprodukts von etwa 3 Prozent aus.

Für die reifen Märkte rechnen wir mit einem Wachstum von rund 2 Prozent. Die nordamerikanische Wirtschaft wird voraussichtlich um rund 3 Prozent und die japanische um etwa 1 Prozent wachsen. Für Westeuropa rechnen wir mit einem Wachstum von rund 2 Prozent für das Jahr 2015.

Die Wachstumsmärkte werden auch 2015 wieder ein vergleichsweise robustes Wirtschaftswachstum von etwa 4 Prozent erzielen. Für Asien (ohne Japan) gehen wir von einer Erhöhung der Wirtschaftsleistung um rund 6 Prozent aus und für die Region Afrika/Nahost um etwa 2,5 Prozent. Für Lateinamerika jedoch erwarten wir lediglich ein Plus von etwa 1 Prozent. Aufgrund des anhaltenden Konflikts zwischen Russland und der Ukraine gehen wir für das Jahr 2015 für Osteuropa weiterhin von einer Stagnation aus.

Die Inflation wird 2015 weltweit bei etwa 2 Prozent liegen. Während wir für die reifen Märkte von einem konstanten Preisniveau ausgehen, rechnen wir in den Wachstumsmärkten mit einer Inflation von durchschnittlich etwa 5 Prozent.

Wir erwarten, dass der private Konsum im Jahr 2015 weltweit um etwa 3 Prozent steigen wird. In den reifen Märkten werden die Konsumenten etwa 2,5 Prozent mehr ausgeben als im Vorjahr. Die Wachstumsmärkte werden sich auch 2015 mit einem Plus von etwa 4 Prozent konsumfreudiger zeigen.

Die Industrie wird im Vergleich zum Vorjahr weltweit um rund 4 Prozent wachsen und damit stärker als die Gesamtwirtschaft expandieren.

Für die Transport- und Metallindustrie rechnen wir mit einem Plus von rund 4 Prozent. Die Produktion der für Henkel wichtigen Abnehmerbranche Elektronik wird um etwa 4 Prozent wachsen. Für konsumnahe Branchen wie die globale Verpackungsindustrie erwarten wir auch im Jahr 2015 ein Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich.

Für die weltweite Bauwirtschaft erwarten wir wie im Vorjahr ein Produktionsplus von rund 3 Prozent.

Chancen und Risiken

Im Hinblick auf Verfahren verschiedener Kartellbehörden in Europa, in die neben Henkel auch andere Konsumgüterhersteller einbezogen sind, verweisen wir auf die Erläuterungen im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 147. Wir haben gegen die Entscheidung der französischen Kartellbehörde vom 18. Dezember 2014 bezüglich der Höhe des Bußgelds von 109 Mio Euro Rechtsmittel eingelegt. Die Bewertung der Chancen und Risiken im ersten Quartal ist gegenüber den Ausführungen im Geschäftsbericht 2014 unverändert. Die aktuelle Einschätzung des Risikos aus Rechtsstreitigkeiten ist in diesem Abschluss berücksichtigt. Bezüglich der Darstellung der wesentlichen Risiko- und Chancenfelder verweisen wir auf die Seiten 102 bis 107 des Geschäftsberichts 2014.

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts sind keine Risiken im Zusammenhang mit der zukünftigen Entwicklung erkennbar, die den Fortbestand der Henkel AG & Co. KGaA, eines wesentlichen einbezogenen Unternehmens oder des Konzerns gefährden könnten.

Ausblick des Henkel-Konzerns 2015

Im Geschäftsjahr 2015 erwarten wir weiterhin für den Henkel-Konzern ein organisches Umsatzwachstum von 3 bis 5 Prozent. Wir gehen davon aus, dass das Wachstum der Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Laundry & Home Care jeweils in dieser Bandbreite liegen wird. Für den Unternehmensbereich Beauty Care erwarten wir ein Wachstum von etwa 2 Prozent.

Wir erwarten darüber hinaus unverändert eine konstante Entwicklung des Umsatzanteils unserer Wachstumsmärkte.

Wir bestätigen unsere Prognose für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT). Gegenüber 2014 erwarten wir eine Steigerung auf etwa 16 Prozent (2014: 15,8 Prozent) und gehen davon aus, dass alle Unternehmensbereiche dazu beitragen werden. Wir erwarten einen Anstieg des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie von etwa 10 Prozent (2014: 4,38 Euro).

Die Basis dafür bildet unsere starke Wettbewerbsposition. Diese werden wir mit unserer Innovationskraft, unseren starken Marken und führenden Marktpositionen sowie der Qualität unseres Portfolios festigen und ausbauen. Unsere Marktposition und Anpassungen unserer Strukturen an sich stetig ändernde Marktverhältnisse werden zusammen mit der erwarteten Umsatzsteigerung unsere Ergebnisse positiv beeinflussen.

Darüber hinaus haben wir für 2015 unverändert die folgenden Erwartungen:

- stabile Preise für Rohstoffe, Verpackungen, bezogene Waren und Leistungen,
- Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 150 bis 200 Mio Euro,
- Investitionen in Sachanlagen und Immaterielle Vermögenswerte zwischen 550 und 600 Mio Euro.

Konzernzwischenabschluss

Konzernbilanz

Aktiva

| in Mio Euro | 31.3.2014 | % | 31.12.2014 | % | 31.3.2015 | % |
|--|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| Immaterielle Vermögenswerte | 8.225 | 43,1 | 10.590 | 50,5 | 11.526 | 50,4 |
| Sachanlagen | 2.272 | 11,9 | 2.461 | 11,8 | 2.623 | 11,5 |
| Sonstige finanzielle Vermögenswerte | 164 | 0,9 | 114 | 0,5 | 69 | 0,3 |
| Ertragsteuererstattungsansprüche | 6 | – | 7 | – | 5 | – |
| Übrige Vermögenswerte | 111 | 0,6 | 140 | 0,7 | 144 | 0,6 |
| Aktive latente Steuern | 651 | 3,4 | 838 | 4,0 | 945 | 4,1 |
| Langfristige Vermögenswerte | 11.429 | 59,9 | 14.150 | 67,5 | 15.312 | 66,9 |
| Vorräte | 1.654 | 8,7 | 1.671 | 8,0 | 1.921 | 8,4 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 2.602 | 13,6 | 2.747 | 13,1 | 3.206 | 14,0 |
| Sonstige finanzielle Vermögenswerte | 2.138 | 11,2 | 676 | 3,2 | 596 | 2,6 |
| Ertragsteuererstattungsansprüche | 117 | 0,6 | 174 | 0,8 | 132 | 0,6 |
| Übrige Vermögenswerte | 278 | 1,4 | 284 | 1,4 | 313 | 1,4 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 871 | 4,6 | 1.228 | 5,9 | 1.383 | 6,0 |
| Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte | 9 | – | 31 | 0,1 | 13 | 0,1 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | 7.669 | 40,1 | 6.811 | 32,5 | 7.564 | 33,1 |
| Aktiva insgesamt | 19.098 | 100,0 | 20.961 | 100,0 | 22.876 | 100,0 |

Passiva

| in Mio Euro | 31.3.2014 | % | 31.12.2014 | % | 31.3.2015 | % |
|--|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| Gezeichnetes Kapital | 438 | 2,3 | 438 | 2,1 | 438 | 1,9 |
| Kapitalrücklage | 652 | 3,4 | 652 | 3,1 | 652 | 2,9 |
| Eigene Aktien | -91 | -0,5 | -91 | -0,4 | -91 | -0,4 |
| Gewinnrücklagen | 10.942 | 57,4 | 11.396 | 54,4 | 11.880 | 51,9 |
| Sonstige Bestandteile des Eigenkapitals | -1.582 | -8,3 | -887 | -4,3 | 56 | 0,2 |
| Eigenkapital der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA | 10.359 | 54,3 | 11.508 | 54,9 | 12.935 | 56,5 |
| Nicht beherrschende Anteile | 117 | 0,6 | 136 | 0,7 | 162 | 0,8 |
| Eigenkapital | 10.476 | 54,9 | 11.644 | 55,6 | 13.097 | 57,3 |
| Pensionsverpflichtungen | 928 | 4,8 | 1.262 | 6,0 | 1.341 | 5,9 |
| Ertragsteuerrückstellungen | 72 | 0,4 | 84 | 0,4 | 87 | 0,4 |
| Sonstige Rückstellungen | 337 | 1,7 | 380 | 1,8 | 410 | 1,8 |
| Finanzschulden | 1.376 | 7,2 | 1.354 | 6,5 | 1.335 | 5,8 |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten | 2 | - | 1 | - | 2 | - |
| Übrige Verbindlichkeiten | 14 | 0,1 | 13 | 0,1 | 12 | 0,1 |
| Passive latente Steuern | 454 | 2,4 | 628 | 3,0 | 715 | 3,1 |
| Langfristige Verbindlichkeiten | 3.183 | 16,6 | 3.722 | 17,8 | 3.902 | 17,1 |
| Ertragsteuerrückstellungen | 219 | 1,1 | 251 | 1,2 | 292 | 1,3 |
| Sonstige Rückstellungen | 1.454 | 7,6 | 1.513 | 7,2 | 1.626 | 7,1 |
| Finanzschulden | 519 | 2,7 | 390 | 1,9 | 210 | 0,9 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 2.920 | 15,3 | 3.046 | 14,4 | 3.334 | 14,6 |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten | 71 | 0,4 | 117 | 0,6 | 99 | 0,4 |
| Übrige Verbindlichkeiten | 243 | 1,3 | 268 | 1,3 | 307 | 1,3 |
| Ertragsteuerverbindlichkeiten | 13 | 0,1 | 10 | - | 9 | - |
| Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten | - | - | - | - | - | - |
| Kurzfristige Verbindlichkeiten | 5.439 | 28,5 | 5.595 | 26,6 | 5.877 | 25,6 |
| Passiva insgesamt | 19.098 | 100,0 | 20.961 | 100,0 | 22.876 | 100,0 |

Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung

| in Mio Euro | 1. Q/2014 | % | 1. Q/2015 | % | Veränderung |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|
| Umsatzerlöse | 3.929 | 100,0 | 4.430 | 100,0 | 12,7% |
| Kosten der umgesetzten Leistungen ¹ | - 2.016 | - 51,3 | - 2.264 | - 51,1 | 12,3% |
| Bruttoergebnis vom Umsatz | 1.913 | 48,7 | 2.166 | 48,9 | 13,2% |
| Marketing- und Vertriebsaufwendungen ¹ | - 1.033 | - 26,3 | - 1.166 | - 26,3 | 12,9% |
| Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen ¹ | - 104 | - 2,6 | - 119 | - 2,7 | 14,4% |
| Verwaltungsaufwendungen ¹ | - 202 | - 5,1 | - 245 | - 5,5 | 21,3% |
| Sonstige betriebliche Erträge | 50 | 1,2 | 30 | 0,6 | - 40,0% |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | - 16 | - 0,4 | - 18 | - 0,4 | 12,5% |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | 608 | 15,5 | 648 | 14,6 | 6,5% |
| Zinsertrag ² | 9 | 0,4 | 8 | 0,2 | - 11,1% |
| Zinsaufwand ² | - 19 | - 1,0 | - 11 | - 0,2 | - 42,1% |
| Sonstiges Finanzergebnis ² | - 11 | - 0,6 | - 6 | - 0,1 | - 45,5% |
| Beteiligungsergebnis | 6 | 0,2 | - | - | - |
| Finanzergebnis | - 15 | - 0,4 | - 9 | - 0,1 | - 40,0% |
| Ergebnis vor Steuern | 593 | 15,1 | 639 | 14,5 | 7,8% |
| Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | - 137 | - 3,5 | - 157 | - 3,6 | 14,6% |
| <i>Steuerquote in %</i> | <i>23,1</i> | | <i>24,6</i> | | |
| Quartalsüberschuss | 456 | 11,6 | 482 | 10,9 | 5,7% |
| - auf nicht beherrschende Anteile entfallend | - 7 | - 0,2 | - 12 | - 0,3 | 71,4% |
| - auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend | 449 | 11,4 | 470 | 10,6 | 4,7% |
| Ergebnis je Stammaktie – unverwässert und verwässert | in Euro | 1,03 | 1,08 | | 4,9% |
| Ergebnis je Vorzugsaktie – unverwässert und verwässert | in Euro | 1,04 | 1,09 | | 4,8% |

Freiwillige Zusatzinformation

| in Mio Euro | | 1. Q/2014 | 1. Q/2015 | Veränderung |
|---|----------------|-------------|----------------|---------------|
| EBIT (wie berichtet) | | 608 | 648 | 6,5% |
| Einmalige Erträge | | - 25 | - | - |
| Einmalige Aufwendungen | | 8 | 5 ³ | - |
| Restrukturierungsaufwendungen | | 28 | 54 | - |
| Bereinigter EBIT | | 619 | 707 | 14,1% |
| <i>Bereinigte Umsatzrendite</i> | <i>in %</i> | <i>15,8</i> | <i>16,0</i> | <i>0,2 pp</i> |
| <i>Bereinigte Steuerquote</i> | <i>in %</i> | <i>24,0</i> | <i>24,9</i> | <i>0,9 pp</i> |
| Bereinigter Quartalsüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA | | 452 | 510 | 12,8% |
| Bereinigtes Ergebnis je Stammaktie | in Euro | 1,03 | 1,17 | 13,6% |
| Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie | in Euro | 1,04 | 1,18 | 13,5% |

¹ Restrukturierungsaufwendungen im ersten Quartal 2015: 54 Mio Euro (im ersten Quartal 2014: 28 Mio Euro), davon: Kosten der umgesetzten Leistungen 11 Mio Euro (im ersten Quartal 2014: 9 Mio Euro), Marketing- und Vertriebsaufwendungen 27 Mio Euro (im ersten Quartal 2014: 3 Mio Euro), Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen 2 Mio Euro (im ersten Quartal 2014: 0 Mio Euro), Verwaltungsaufwendungen 14 Mio Euro (im ersten Quartal 2014: 16 Mio Euro).

² Vorjahreszahlen vergleichbar dargestellt (siehe Erläuterungen auf Seite 28).

³ Aufwendungen aus der Optimierung unserer IT-Systemlandschaft zur Steuerung der Geschäftsprozesse.

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

| in Mio Euro | 1. Q/2014 | 1. Q/2015 |
|---|--------------|--------------|
| Quartalsüberschuss | 456 | 482 |
| <i>Zu reklassifizierende Ergebnisse:</i> | | |
| Unterschied aus Währungsumrechnung | - 70 | 975 |
| Gewinne aus derivativen Finanzinstrumenten (Hedge-Rücklage gemäß IAS 39) | - | -15 |
| Gewinne aus Finanzinstrumenten der Kategorie „zur Veräußerung verfügbar“ (Rücklage „zur Veräußerung verfügbar“) | 1 | - 1 |
| <i>Nicht zu reklassifizierende Ergebnisse:</i> | | |
| Neubewertung aus leistungsorientierten Versorgungsplänen | - 72 | 14 |
| Sonstiges Ergebnis (nach Steuern) | - 141 | 973 |
| Gesamtergebnis der Periode | 315 | 1.455 |
| - auf nicht beherrschende Anteile entfallend | 4 | 28 |
| - auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend | 311 | 1.427 |

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

| in Mio Euro | Gezeichnetes Kapital | | | Eigene Aktien | Gewinnrücklagen | Sonstige Bestandteile des Eigenkapitals | | | Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA | Nicht beherrschende Anteile | Gesamt |
|--|----------------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|---|-----------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------|---------------|
| | Stammaktien | Vorzugsaktien | Kapitalrücklage | | | Währungsumrechnung | Hedge-Rücklage gemäß IAS 39 | Rücklage „zur Veräußerung verfügbar“ | | | |
| Stand 31.12.2013 / 1.1.2014 | 260 | 178 | 652 | -91 | 10.561 | - 1.336 | - 182 | 2 | 10.044 | 114 | 10.158 |
| Quartalsüberschuss | - | - | - | - | 449 | - | - | - | 449 | 7 | 456 |
| Sonstiges Ergebnis | - | - | - | - | - 72 | - 67 | - | 1 | - 138 | - 3 | - 141 |
| Gesamtergebnis der Periode | - | - | - | - | 377 | - 67 | - | 1 | 311 | 4 | 315 |
| Ausschüttungen | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - 1 | - 1 |
| Verkauf eigener Aktien | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Änderungen der Beteiligungsquote an Tochterunternehmen bei bestehender Kontrolle | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Sonstige neutrale Veränderungen | - | - | - | - | 4 | - | - | - | 4 | - | 4 |
| Stand 31.3.2014 | 260 | 178 | 652 | -91 | 10.942 | - 1.403 | - 182 | 3 | 10.359 | 117 | 10.476 |
| Stand 31.12.2014 / 1.1.2015 | 260 | 178 | 652 | -91 | 11.396 | - 723 | - 167 | 3 | 11.508 | 136 | 11.644 |
| Quartalsüberschuss | - | - | - | - | 470 | - | - | - | 470 | 12 | 482 |
| Sonstiges Ergebnis | - | - | - | - | 14 | 959 | - 15 | - 1 | 957 | 16 | 973 |
| Gesamtergebnis der Periode | - | - | - | - | 484 | 959 | - 15 | - 1 | 1.427 | 28 | 1.455 |
| Ausschüttungen | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - 2 | - 2 |
| Verkauf eigener Aktien | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Änderungen der Beteiligungsquote an Tochterunternehmen bei bestehender Kontrolle | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Sonstige neutrale Veränderungen | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Stand 31.3.2015 | 260 | 178 | 652 | -91 | 11.880 | 236 | - 182 | 2 | 12.935 | 162 | 13.097 |

Konzernkapitalflussrechnung

| in Mio Euro | 1. Q/2014 | 1. Q/2015 |
|---|--------------|--------------|
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | 608 | 648 |
| Gezahlte Ertragsteuern | - 111 | - 105 |
| Abschreibungen/Wertminderungen (Impairment) und Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen ¹ | 88 | 107 |
| Gewinne/Verluste aus Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen sowie aus Divestments | - 5 | - 21 |
| Veränderung der Vorräte | - 173 | - 143 |
| Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | - 239 | - 274 |
| Veränderung sonstiger Vermögenswerte | - 56 | - 47 |
| Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 59 | 123 |
| Veränderung anderer Verbindlichkeiten und Rückstellungen | 1 | 131 |
| Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit | 172 | 419 |
| Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen einschließlich geleisteter Anzahlungen | - 90 | - 125 |
| Investitionen in Tochterunternehmen und sonstige Geschäftseinheiten | - 56 | - 5 |
| Investitionen in „at-equity“ bilanzierte Beteiligungen und gemeinschaftlich geführte Unternehmen | - | - 6 |
| Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten | 5 | 22 |
| Erlöse aus der Veräußerung von Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen | 9 | 18 |
| Cashflow aus Investitionstätigkeit | - 132 | - 96 |
| Dividenden Henkel AG & Co. KGaA | - | - |
| Dividenden an nicht beherrschende Anteilseigner | - 1 | - 2 |
| Erhaltene Zinsen | 66 | 20 |
| Gezahlte Zinsen | - 77 | - 22 |
| <i>Gezahlte und erhaltene Dividenden und Zinsen</i> | <i>- 12</i> | <i>- 4</i> |
| Tilgung von Anleihen | - 1.030 | - |
| Sonstige Veränderung der Finanzschulden | 336 | - 218 |
| Zuführungen an Pensionsfonds | - 17 | - 15 |
| Sonstige Veränderung Pensionsverpflichtungen | - 17 | - 25 |
| Auszahlungen für den Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen bei bestehender Kontrolle | - 8 | - |
| Sonstige Finanzierungsvorgänge ² | 538 | - 10 |
| Cashflow aus Finanzierungstätigkeit | - 210 | - 272 |
| Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds | - 170 | 51 |
| Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelfonds | - 20 | 104 |
| Veränderung Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | - 190 | 155 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 1.1. ³ | 1.061 | 1.228 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.3. | 871 | 1.383 |

¹ Davon: Wertminderungen (Impairment) im ersten Quartal 2015: 0 Mio Euro (im ersten Quartal 2014: 0 Mio Euro).

² Die Sonstigen Finanzierungsvorgänge enthalten im ersten Quartal 2015 Auszahlungen in Höhe von -290 Mio Euro für den Erwerb kurzfristiger Wertpapiere und Terminanlagen sowie die Stellung finanzieller Sicherheiten (im ersten Quartal 2014 sind Auszahlungen in Höhe von -732 Mio Euro enthalten).

³ Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 1.1.2014 enthalten Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 10 Mio Euro, die in der Bilanz als Zur Veräußerung gehalten ausgewiesen werden und zu einem Bilanzbestand von 1.051 Mio Euro führen.

Freiwillige Zusatzinformation: Überleitung zum Free Cashflow

| in Mio Euro | 1. Q/2014 | 1. Q/2015 |
|---|-----------|------------|
| Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit | 172 | 419 |
| Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen einschließlich geleisteter Anzahlungen | - 90 | - 125 |
| Erlöse aus der Veräußerung von Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen | 9 | 18 |
| Zinssaldo | - 11 | - 2 |
| Sonstige Veränderung Pensionsverpflichtungen | - 17 | - 25 |
| Free Cashflow | 63 | 285 |

Ausgewählte Anhangangaben

Konzernsegmentberichterstattung nach Unternehmensbereichen¹

| Erstes Quartal 2015 | Laundry & Home Care | Beauty Care | Klebstoffe für Konsumenten, Handwerk und Bau | Industrieklebstoffe | Summe Adhesive Technologies | Summe operative Unternehmensbereiche | Corporate | Konzern |
|---|---------------------|--------------|--|---------------------|-----------------------------|--------------------------------------|------------|---------------|
| in Mio Euro | | | | | | | | |
| Umsatz Januar–März 2015 | 1.298 | 940 | 429 | 1.731 | 2.160 | 4.398 | 32 | 4.430 |
| Anteil am Konzernumsatz | 29% | 21% | 10% | 39% | 49% | 99% | 1% | 100% |
| Umsatz Januar–März 2014 | 1.147 | 856 | 414 | 1.479 | 1.893 | 3.895 | 34 | 3.929 |
| Veränderung gegenüber Vorjahr | 13,2% | 9,9% | 3,7% | 17,0% | 14,1% | 12,9% | -5,2% | 12,7% |
| bereinigt um Wechselkurseffekte | 11,1% | 5,7% | 3,8% | 5,5% | 5,1% | 7,0% | - | 6,9% |
| organisch | 5,2% | 2,1% | 3,8% | 3,2% | 3,3% | 3,6% | - | 3,6% |
| EBIT Januar–März 2015 | 192 | 133 | 49 | 296 | 345 | 669 | -22 | 648 |
| EBIT Januar–März 2014 | 196 | 114 | 59 | 272 | 331 | 640 | -32 | 608 |
| Veränderung gegenüber Vorjahr | -2,2% | 17,0% | -17,3% | 8,9% | 4,2% | 4,5% | - | 6,5% |
| Umsatzrendite (EBIT) Januar–März 2015 | 14,8% | 14,1% | 11,4% | 17,1% | 16,0% | 15,2% | - | 14,6% |
| Umsatzrendite (EBIT) Januar–März 2014 | 17,1% | 13,3% | 14,2% | 18,4% | 17,5% | 16,4% | - | 15,5% |
| Bereinigter EBIT Januar–März 2015 | 222 | 150 | 49 | 304 | 353 | 725 | -18 | 707 |
| Bereinigter EBIT Januar–März 2014 | 190 | 134 | 56 | 263 | 319 | 644 | -24 | 619 |
| Veränderung gegenüber Vorjahr | 16,7% | 11,4% | -12,7% | 15,6% | 10,6% | 12,6% | - | 14,1% |
| Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) Januar–März 2015 | 17,1% | 15,9% | 11,4% | 17,6% | 16,4% | 16,5% | - | 16,0% |
| Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) Januar–März 2014 | 16,6% | 15,7% | 13,6% | 17,8% | 16,9% | 16,5% | - | 15,8% |
| Eingesetztes Kapital Januar–März 2015² | 3.656 | 2.639 | 877 | 6.995 | 7.872 | 14.166 | 111 | 14.277 |
| Eingesetztes Kapital Januar–März 2014 ² | 2.264 | 2.020 | 871 | 5.670 | 6.541 | 10.825 | 49 | 10.874 |
| Veränderung gegenüber Vorjahr | 61,4% | 30,7% | 0,7% | 23,4% | 20,3% | 30,9% | - | 31,3% |
| Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar–März 2015 | 21,0% | 20,1% | 22,2% | 16,9% | 17,5% | 18,9% | - | 18,1% |
| Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar–März 2014 | 34,6% | 22,5% | 27,1% | 19,2% | 20,2% | 23,7% | - | 22,4% |
| Abschreibungen / Wertminderungen / Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte / Sachanlagen Januar–März 2015 | 26 | 17 | 10 | 52 | 61 | 105 | 3 | 107 |
| Davon Wertminderungen (Impairment) 2015 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Davon Zuschreibungen 2015 | 1 | - | - | - | - | 1 | - | 1 |
| Abschreibungen / Wertminderungen / Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte / Sachanlagen Januar–März 2014 | 20 | 14 | 10 | 41 | 51 | 85 | 3 | 88 |
| Davon Wertminderungen (Impairment) 2014 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Davon Zuschreibungen 2014 | 5 | - | - | 2 | 2 | 7 | - | 7 |
| Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar–März 2015 | 41 | 24 | 21 | 39 | 60 | 125 | 1 | 126 |
| Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar–März 2014 | 79 | 15 | 17 | 24 | 41 | 135 | 2 | 137 |
| Operatives Bruttovermögen Januar–März 2015³ | 5.798 | 3.976 | 1.389 | 8.415 | 9.804 | 19.578 | 518 | 20.096 |
| Operative Verbindlichkeiten Januar–März 2015 | 1.948 | 1.526 | 555 | 1.922 | 2.477 | 5.951 | 407 | 6.358 |
| Operatives Vermögen Januar–März 2015³ | 3.850 | 2.450 | 834 | 6.493 | 7.327 | 13.627 | 111 | 13.737 |
| Operatives Bruttovermögen Januar–März 2014 ³ | 4.080 | 3.134 | 1.343 | 6.838 | 8.181 | 15.396 | 392 | 15.788 |
| Operative Verbindlichkeiten Januar–März 2014 | 1.654 | 1.316 | 524 | 1.632 | 2.156 | 5.127 | 343 | 5.470 |
| Operatives Vermögen Januar–März 2014³ | 2.426 | 1.818 | 818 | 5.206 | 6.025 | 10.269 | 49 | 10.318 |

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

² Mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten vor Verrechnung mit kumulierten Wertminderungen (Impairment) gemäß IFRS 3.79(b).

³ Mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten.

Ergebnis je Aktie

Bei der Berechnung des Ergebnisses je Aktie für den Zeitraum Januar bis März 2015 haben wir den für das Gesamtjahr satzungsmäßig festgelegten Dividendenabstand von 2 Eurocent zwischen Stamm- und Vorzugsaktien zeitanteilig eingerechnet.

Ergebnis je Aktie

| | 1. Q/2014 | 1. Q/2015 |
|--|-------------|-------------|
| Quartalsüberschuss | | |
| – Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA | in Mio Euro | |
| | 449 | 470 |
| Anzahl der im Umlauf befindlichen Stammaktien | 259.795.875 | 259.795.875 |
| Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie | in Euro | |
| | 1,03 | 1,08 |
| Anzahl der im Umlauf befindlichen Vorzugsaktien ¹ | 174.482.310 | 174.482.311 |
| Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie | in Euro | |
| | 1,04 | 1,09 |
| Verwässertes Ergebnis je Stammaktie | in Euro | |
| | 1,03 | 1,08 |
| Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie | in Euro | |
| | 1,04 | 1,09 |

¹ Gewichteter Durchschnitt der Vorzugsaktien.

Veränderungen im Bestand eigener Aktien

Der Bestand eigener Aktien belief sich zum 31. März 2015 unverändert auf 3.680.564 Stück Vorzugsaktien. Dies entspricht einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 3,7 Mio Euro (0,84 Prozent).

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Den Quartalsfinanzbericht 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 2014 gültig waren, mit Ausnahme der Anwendung neuer Rechnungslegungsverlautbarungen im Geschäftsjahr 2015, wie wir sie im Geschäftsbericht 2014 auf der Seite 127 erläutern. Aus der Anwendung dieser Verlautbarungen ergeben sich keine wesentlichen Einflüsse auf die Darstellung des Quartalsfinanzberichts.

Um den Einblick in die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage weiter zu verbessern, sind in der Konzernbilanz, in der Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung, in der Konzern-Gesamtergebnisrechnung, in der Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung und in der Konzernkapitalflussrechnung Positionen weiter aufgegliedert oder die Positionsbezeichnungen angepasst worden. Gemäß IAS 8.29 haben wir eine freiwillige Änderung der Darstellung unseres Finanzergebnisses durchgeführt. Im Sonstigen Finanzergebnis zeigen wir das Zinsergebnis aus Pensionsverpflichtungen, Währungsergebnisse sowie das übrige Finanzergebnis. Die Vorjahreszahlen wurden vergleichbar dargestellt.

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 Quartalsfinanzbericht wurde einer Prüferischen Durchsicht unterzogen.

Konsolidierungskreis

In den Konsolidierungskreis zum 31. März 2015 sind neben der Henkel AG & Co. KGaA als oberstem Mutterunternehmen 8 inländische und 199 ausländische Gesellschaften einbezogen, bei denen die Henkel AG & Co. KGaA beherrschenden Einfluss auf die Finanz- und Geschäftspolitik hat. Der Konzern beherrscht ein Unternehmen, wenn er schwankenden Renditen aus seinem Engagement bei dem Unternehmen ausgesetzt ist beziehungsweise Anrechte auf diese besitzt und die Fähigkeit hat, diese Renditen mittels seiner Verfügungsgewalt über das Unternehmen zu beeinflussen.

Im Vergleich zum 31. Dezember 2014 ergaben sich die in der folgenden Tabelle dargestellten Änderungen des Konsolidierungskreises:

Konsolidierungskreis

| | |
|-----------------------------|------------|
| Stand 1. Januar 2015 | 206 |
| Zugänge | 3 |
| Verschmelzungen | -1 |
| Abgänge | - |
| Stand 31. März 2015 | 208 |

Die Änderungen des Konsolidierungskreises haben die wesentlichen Konzernabschlussposten nicht nennenswert verändert.

Akquisitionen und Divestments

Mit Wirkung zum 30. Januar 2015 haben wir in den USA das Geschäft mit chemischen Hilfsprodukten für die weiterverarbeitende Industrie im Unternehmensbereich Adhesive Technologies veräußert. Zum 31. Dezember 2014 waren diese Vermögenswerte in den Zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten ausgewiesen. Der Verkaufspreis betrug 29 Mio Euro.

Die Zuordnung der Kaufpreise zu den erworbenen Vermögenswerten und Schulden in Bezug auf die im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 120 genannten drei wesentlichen Akquisitionen ist infolge der im Jahr 2014 erfolgten Erwerbe noch nicht final abgeschlossen.

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

Auf die Bestandteile des Sonstigen Ergebnisses entfallen Steuererträge auf die versicherungsmathematischen Verluste in Höhe von 44 Mio Euro (31. März 2014: Steuerverluste in Höhe von 37 Mio Euro) und Steuererträge aus Cashflow Hedges in Höhe von 4 Mio Euro (31. März 2014: Steueraufwendungen in Höhe von 0 Mio Euro).

Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

Die Zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte sind im Vergleich zum 31. Dezember 2014 um 18 Mio Euro auf 13 Mio Euro zurückgegangen. Der Rückgang ist auf die Veräußerung des Geschäfts mit chemischen Hilfsprodukten für die weiterverarbeitende Industrie im Unternehmensbereich Adhesive Technologies in den USA zurückzuführen. Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten bestanden nicht (31. Dezember 2014: 0 Mio Euro).

Finanzinstrumente

Finanzinstrumente, die den Bewertungskategorien „Zur Veräußerung verfügbar“ und „Zu Handelszwecken gehalten“ zugeordnet sind, werden grundsätzlich zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Als „Zur Veräußerung verfügbar“ werden die in den Sonstigen finanziellen Vermögenswerten ausgewiesenen sonstigen Wertpapiere und Terminanlagen und gestellten finanziellen Sicherheiten sowie die nicht „at-equity“ bilanzierten Sonstigen Beteiligungen kategorisiert. In der Bewertungskategorie „Zu Handelszwecken gehalten“ werden lediglich die im Henkel-Konzern gehaltenen derivativen Finanzinstrumente ausgewiesen, die nicht in ein Hedge Accounting einbezogen sind.

Die folgende Hierarchie wird verwendet, um den beizulegenden Zeitwert von Finanzinstrumenten zu bestimmen und auszuweisen:

- Level 1: Beizulegende Zeitwerte, die auf Basis notierter, unangepasster Preise auf aktiven Märkten bestimmt werden.
- Level 2: Beizulegende Zeitwerte, die auf Basis von Parametern bestimmt werden, für die entweder direkt oder indirekt abgeleitete Preise auf einem Markt zur Verfügung stehen.
- Level 3: Beizulegende Zeitwerte, die mithilfe von Parametern bestimmt werden, bei denen die Inputfaktoren nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren.

Von den im Henkel-Konzern zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Wertpapieren und Terminanlagen der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ mit einem bilanzierten Marktwert von 72 Mio Euro (31. März 2014: 1.235 Mio Euro) werden 69 Mio Euro (31. März 2014: 1.202 Mio Euro) dem Level 1 zugeordnet. Der beizulegende Zeitwert der dem Level 1 zugeordneten gestellten finanziellen Sicherheiten der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ beläuft sich auf 467 Mio Euro (31. März 2014: 50 Mio Euro), wovon 415 Mio Euro (31. März 2014: 33 Mio Euro) saldiert wurden. Zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere und Terminanlagen der Kategorie „Fair Value Option“ bestanden nicht (31. März 2014: 607 Mio Euro). Sämtliche derivativen Finanzinstrumente werden als Level 2 eingestuft. Die in den Sonstigen finanziellen Vermögenswerten ausgewiesenen derivativen Finanzinstrumente mit einem positiven Marktwert haben einen bilanzierten Marktwert in Höhe von 92 Mio Euro (31. März 2014: 112 Mio Euro); bei den in den Sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten ausgewiesenen derivativen Finanzinstrumenten mit einem negativen Marktwert beträgt dieser 45 Mio Euro (31. März 2014: 25 Mio Euro).

Der Buchwert (einschließlich aufgelaufener Zinsen) der von Henkel begebenen und innerhalb der Finanzschulden ausgewiesenen Anleihe beträgt zum Bilanztag 1.355 Mio Euro (31. März 2014: 1.397 Mio Euro). Der beizulegende Zeitwert beläuft sich auf 1.364 Mio Euro (31. März 2014: 1.403 Mio Euro).

Der beizulegende Zeitwert der dem Level 1 zugeordneten Wertpapiere und Terminanlagen basiert auf Kursnotierungen zum Bilanzstichtag. Für die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts von Wertpapieren des Level 2 werden beobachtbare Marktdaten verwendet. Für Devisentermingeschäfte wird der beizulegende Zeitwert auf Basis der am Bilanztag geltenden aktuellen Referenzkurse der Europäischen Zentralbank unter Berücksichtigung von Terminaufschlägen und -abschlägen für die jeweilige Restlaufzeit des Kontrakts im Vergleich zum kontrahierten Devisenkurs ermittelt. Devisenoptionen werden mittels Kursnotierungen oder anerkannter Modelle zur Ermittlung von Optionspreisen bewertet. Die Bewertung der Zinssicherungsinstrumente erfolgt auf Basis abgezinster, zukünftig erwarteter Cashflows unter Zugrundelegung von Marktzinssätzen, die für die Restlaufzeit der Kontrakte gelten. Diese sind für die beiden wichtigsten Währungen in der nachfolgenden Tabelle angegeben. Sie zeigt die jeweils zum 31. Dezember und 31. März am Interbanken-Markt quotierten Zinssätze

Zinssätze in Prozent p. a.

| zum 31.12./31.3. Laufzeiten | Euro | | US-Dollar | |
|--------------------------------|------|-------|-----------|------|
| | 2014 | 2015 | 2014 | 2015 |
| 1 Monat | 0,02 | -0,02 | 0,17 | 0,18 |
| 3 Monate | 0,08 | 0,02 | 0,26 | 0,27 |
| 6 Monate | 0,17 | 0,09 | 0,36 | 0,40 |
| 1 Jahr | 0,33 | 0,20 | 0,63 | 0,69 |
| 2 Jahre | 0,18 | 0,08 | 0,88 | 0,80 |
| 5 Jahre | 0,36 | 0,24 | 1,75 | 1,54 |
| 10 Jahre | 0,81 | 0,56 | 2,27 | 2,04 |

Bei der Bewertung von Finanzderivaten zur Sicherung von Rohstoffpreisrisiken nutzen wir aufgrund ihrer Komplexität vornehmlich Simulationsmodelle, die von Börsennotierungen abgeleitet sind. Die Sicherstellung korrekter Bewertungen erfolgt durch regelmäßige Plausibilitätsprüfungen.

Bei der Bewertung der derivativen Finanzinstrumente wird das Ausfallrisiko der Vertragspartner durch eine Anpassung der Marktwerte auf der Basis von Kreditrisikoprämien berücksichtigt.

Haftungsverhältnisse

Zum 31. März 2015 betragen die Verbindlichkeiten aus Bürgschaften, Wechsel- und Scheckbürgschaften sowie Gewährleistungsverträgen insgesamt 4 Mio Euro. Am 31. Dezember 2014 hatten Verbindlichkeiten von 4 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 31. März 2015 wie folgt dar:

Operating-Leasingverpflichtungen

| in Mio Euro | 31.12.2014 | 31.3.2015 |
|------------------------------------|------------|------------|
| Fälligkeit im Folgejahr | 67 | 71 |
| Fälligkeit zwischen 1 bis 5 Jahren | 135 | 154 |
| Fälligkeit über 5 Jahre | 24 | 24 |
| Gesamt | 226 | 249 |

Stimmrechtsmitteilungen, Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Der Gesellschaft ist mitgeteilt worden, dass der Stimmrechtsanteil der Mitglieder des Aktienbindungsvertrags der Familie Henkel zum 3. November 2014 insgesamt 60,84 Prozent der Stimmrechte (158.048.919 Stimmen) an der Henkel AG & Co. KGaA beträgt.

Erläuterungen zur Konzernsegmentberichterstattung

Im Vergleich zum Konzernabschluss 31. Dezember 2014 haben sich keine Unterschiede in der Segmentierungsgrundlage sowie bei der Darstellung der Segmentergebnisse ergeben. Die Definition des operativen Vermögens und des eingesetzten Kapitals sowie der Kennzahl ROCE finden Sie im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 169 sowie auf Seite 190.

Erläuterungen zur Konzernkapitalflussrechnung

Die wesentlichen Posten der Konzernkapitalflussrechnung und deren Veränderungen erläutern wir auf den Seiten 18 und 19. Die Sonstige Veränderung der Finanzschulden enthält eine Vielzahl von Zahlungsmittelzuflüssen und -abflüssen insbesondere aus der Aufnahme und Tilgung kurzfristiger Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten.

Düsseldorf, 30. April 2015

Henkel Management AG,
persönlich haftende Gesellschafterin
der Henkel AG & Co. KGaA

Der Vorstand
Kasper Rorsted,
Jan-Dirk Auris, Carsten Knobel, Kathrin Menges,
Bruno Piacenza, Hans Van Bylen

Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht

An die Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf:

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Konzernbilanz, Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzernkapitalflussrechnung sowie ausgewählten Anhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht (Seiten 5 bis 21) der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, für den Zeitraum vom 1. Januar 2015 bis 31. März 2015, die Bestandteile des Quartalsfinanzberichts nach Paragraf 37x Absatz 3 in Verbindung mit Paragraf 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 30. April 2015

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Prof. Dr. Kai C. Andrejewski
Wirtschaftsprüfer

Simone Fischer
Wirtschaftsprüferin

Bericht des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats

In der Sitzung am 30. April 2015 wurden dem Prüfungsausschuss der Konzernzwischenfinanzbericht für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2015 sowie der Bericht der KPMG AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, über die Prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und Konzernzwischenlageberichts vorgelegt sowie durch den Vorstand und die KPMG erläutert. Der Prüfungsausschuss stimmte dem Konzernzwischenfinanzbericht zu.

Düsseldorf, 30. April 2015

Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses
Prof. Dr. Theo Siegert

Kontakte

Corporate Communications

Telefon: +49 (0) 211 / 797-35 33

Fax: +49 (0) 211 / 798-24 84

E-Mail: corporate.communications@henkel.com

Investor Relations

Telefon: +49 (0) 211 / 797-39 37

Fax: +49 (0) 211 / 798-28 63

E-Mail: investor.relations@henkel.com

Impressum

Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA

40191 Düsseldorf

Telefon: +49 (0) 211 / 797-0

© 2015 Henkel AG & Co. KGaA

Redaktion: Corporate Communications, Investor Relations,
Corporate Accounting

Koordination: Renata Casaro, Dr. Hannes Schollenberger,
Wolfgang Zengerling

Design und Realisierung:

mpm Corporate Communication Solutions, Mainz

Fotos: Claudia Kempf, Nils Hendrik Müller; Henkel

Lektorat: Thomas Krause, Krefeld

Druck: Druckpartner, Essen

Veröffentlichungsdatum dieses Berichts: 7. Mai 2015



Der Quartalsfinanzbericht ist gedruckt auf Galaxi Keramik FSC. Das Papier ist aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff. Es ist nach den Regeln des Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert und kontrolliert. Die Druckfarben enthalten keine Schwermetalle.

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

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich bei den in dieser Publikation genannten Zeichen um eingetragene Marken der Henkel-Gruppe mit Schutz in Deutschland und in anderen Ländern.

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.

Finanzkalender

**Veröffentlichung des Berichts
über das zweite Quartal / erste Halbjahr 2015:**
Mittwoch, 12. August 2015

**Veröffentlichung des Berichts
über das dritte Quartal / Dreivierteljahr 2015:**
Mittwoch, 11. November 2015

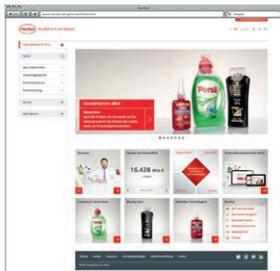
**Veröffentlichung des Berichts
über das Geschäftsjahr 2015:**
Donnerstag, 25. Februar 2016

**Hauptversammlung der
Henkel AG & Co. KGaA 2016:**
Montag, 11. April 2016

**Alle aktuellen Zahlen und Angaben zum
Unternehmen im Internet:**

 www.henkel.de

Die Quartalsfinanzberichte sind auch in unserer Henkel App veröffentlicht.



www.henkel.de/geschaeftsbericht



www.henkel.de/nachhaltigkeitsbericht



Henkel App verfügbar
für iOS und Android:



Henkel in Social Media:



www.facebook.com/henkeldeutschland

www.twitter.com/henkel_de

www.youtube.com/henkel