

Investor Relations News

12. November 2013

Ergebnis und Profitabilität deutlich gesteigert

Henkel mit starker Entwicklung im dritten Quartal

- Gutes organisches Umsatzwachstum von 4,2%
- Umsatz durch Wechselkurseffekte beeinflusst: 4.184 Mio. Euro (-2,6%)
- Bereinigtes betriebliches Ergebnis: +6,5% auf 672 Mio. Euro
- Bereinigte EBIT-Marge: +1,4 Prozentpunkte auf 16,1%
- Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie wächst erneut zweistellig: +11,1%*
- Sehr starke organische Umsatzentwicklung in den Wachstumsregionen

Düsseldorf – „In einem zunehmend schwierigen Marktumfeld hat Henkel seine starke Entwicklung im dritten Quartal fortgesetzt und es ist uns gelungen, das Wachstum im Jahresverlauf von Quartal zu Quartal zu verbessern. Ergebnis und Profitabilität konnten wir noch einmal deutlich steigern. Die bereinigte Umsatzrendite erreichte erstmals über 16 Prozent“, sagte Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands. „Wir haben ein gutes organisches Umsatzwachstum erzielt. Dazu haben alle Unternehmensbereiche und Regionen beigetragen, wobei unsere Wachstumsregionen erneut eine besonders hohe Dynamik zeigten. Negativ machte sich dagegen die Entwicklung der Wechselkurse bemerkbar.“

Mit Blick auf den weiteren Jahresverlauf sagte Rorsted: „Das wirtschaftliche Umfeld wird schwierig bleiben. Daher werden wir unsere Prozesse und Strukturen auch künftig kontinuierlich anpassen, um unsere Flexibilität und Effizienz in diesem volatilen Marktumfeld weiter zu verbessern.“

* Bei Anwendung von IAS 19 revised im Vorjahresquartal beträgt das Wachstum 13,4 Prozent.

Ausblick für 2013 bekräftigt – Höhere EBIT-Marge erwartet

„Wie bisher erwarten wir für das Gesamtjahr ein organisches Umsatzwachstum zwischen 3 und 5 Prozent und einen Anstieg des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie (EPS) von etwa 10 Prozent. Für die bereinigte EBIT-Marge erhöhen wir unsere bisherige Prognose von etwa 14,5 auf etwa 15 Prozent“, sagte Kasper Rorsted.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2013

Im dritten Quartal 2013 erzielte Henkel einen **Umsatz** von 4.184 Mio. Euro. Er lag aufgrund von negativen Wechselkurseffekten in Höhe von 6,7 Prozent unter dem Vorjahreswert. Nominal ging der Umsatz um 2,6 Prozent zurück. **Organisch**, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, wurde dagegen ein gutes Wachstum von 4,2 Prozent erzielt.

Zu der guten Umsatzentwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei. **Laundry & Home Care** zeigte ein starkes organisches Umsatzplus von 5,5 Prozent. Der Bereich **Beauty Care** erzielte ein gutes organisches Umsatzwachstum von 3,1 Prozent. Ein gutes organisches Umsatzplus erreichte auch der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies**. Hier stiegen die Erlöse gegenüber dem Vorjahr organisch um 4,2 Prozent.

Das um einmalige Erträge, einmalige Aufwendungen sowie Restrukturierungsaufwendungen **bereinigte betriebliche Ergebnis** stieg um 6,5 Prozent von 631 Mio. Euro auf 672 Mio. Euro. Zu der Verbesserung trugen alle drei Unternehmensbereiche bei. Das berichtete betriebliche Ergebnis (EBIT) lag bei 649 Mio. Euro nach 586 Mio. Euro im gleichen Quartal 2012.

Die **bereinigte Umsatzrendite** (EBIT-Marge) stieg um 1,4 Prozentpunkte von 14,7 auf 16,1 Prozent. Die berichtete Umsatzrendite lag bei 15,5 Prozent. Im gleichen Zeitraum des Vorjahres erreichte sie 13,6 Prozent.

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich gegenüber dem dritten Quartal 2012 um 27 Mio. Euro auf -25 Mio. Euro. Das geht im Wesentlichen auf die Verbesserung der Nettofinanzposition sowie ein verbessertes Kurssicherungsergebnis zurück. Die Steuerquote lag bei 24,8 Prozent gegenüber 24,7 Prozent im Vorjahresquartal.

Der **Quartalsüberschuss** stieg um 16,7 Prozent von 402 Mio. Euro auf 469 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 11 Mio. Euro erreichte er 458 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 390 Mio. Euro). Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 476 Mio. Euro gegenüber 422 Mio. Euro im gleichen Zeitraum 2012. Das **Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) stieg von 0,90 Euro auf 1,06 Euro. Bereinigt lag es bei 1,10 Euro gegenüber 0,97 Euro im Vorjahresquartal. Vor Anwendung von IAS 19 revised betrug der Wert des Vorjahres 0,99 Euro. Verglichen damit legte das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie um 11,1 Prozent zu.

Das Verhältnis von **Netto-Umlaufvermögen zum Umsatz** verbesserte sich weiter und sank auf 4,5 Prozent. Die **Nettofinanzposition** wurde zum 30. September 2013 von einer Nettoverschuldung in eine Nettogeldanlage in Höhe von 485 Mio. Euro gewandelt. Zum 30. September 2012 betrug die Nettoverschuldung noch 612 Mio. Euro.

Geschäftsverlauf von Januar bis September 2013

Der **Umsatz** in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2013 blieb mit 12.503 Mio. Euro auf dem Niveau des Vorjahreszeitraumes. **Organisch**, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, wurde ein gutes Wachstum von 3,6 Prozent erzielt. Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** stieg um 7,8 Prozent von 1.791 Mio. Euro auf 1.932 Mio. Euro. Zu dieser Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei. Die **bereinigte Umsatzrendite** (EBIT-Marge) stieg von 14,3 auf 15,5 Prozent.

Der **bereinigte Dreivierteljahresüberschuss** nach Abzug nicht beherrschender Anteile erhöhte sich um 12,6 Prozent von 1.203 Mio. Euro auf 1.354 Mio. Euro. Das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) lag bei 3,13 Euro, ein deutlicher Zuwachs von 12,6 Prozent gegenüber den ersten neun Monaten 2012 mit 2,78 Euro. Vor Anwendung von IAS 19 revised lag der Vergleichswert des Vorjahres bei 2,83 Euro. Gegenüber diesem Wert liegt das Plus bei 10,6 Prozent.

Entwicklung der Unternehmensbereiche im dritten Quartal 2013

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** erreichte im dritten Quartal ein starkes organisches Umsatzwachstum und einen signifikanten Anstieg der bereinigten Umsatzrendite. Damit setzte sich das profitable Wachstum fort. Nominal lag der Umsatz bei 1.167 Mio. Euro nach 1.194 Mio. Euro im Vorjahresquartal.

Die starke organische Umsatzentwicklung in diesem Unternehmensbereich ging ausschließlich auf die Wachstumsmärkte zurück, in denen erneut eine zweistellige Steigerungsrate erzielt wurde. In der Region Afrika/Nahost legte der Umsatz trotz anhaltender Unruhen zweistellig zu. Daneben verzeichnete Osteuropa ein starkes Umsatzwachstum, vor allem getragen von der weiterhin sehr dynamischen Entwicklung in der Türkei. Auch in Lateinamerika wurde der Umsatz stark gesteigert, getrieben durch die Entwicklung in Mexiko. In den reifen Märkten, die weiterhin durch eine rückläufige Entwicklung und einen starken Promotions- und Preiswettbewerb gekennzeichnet waren, blieb der Umsatz organisch leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals. In Westeuropa beeinträchtigten vor allem die erneut schwachen südeuropäischen Märkte das Wachstum und kompensierten die gute Entwicklung in Deutschland. In Nordamerika lag der Umsatz in einem weiterhin rückläufigen Markt leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** legte um 7,6 Prozent auf 186 Mio. Euro zu. Damit wuchs die bereinigte Umsatzrendite gegenüber dem dritten Quartal 2012 von 14,5 auf 15,9 Prozent. Das berichtete betriebliche Ergebnis lag bei 185 Mio. Euro nach 168 Mio. Euro im Vorjahresquartal.

Der Unternehmensbereich **Beauty Care** zeigte im dritten Quartal ein gutes organisches Umsatzwachstum und einen guten Anstieg der bereinigten Umsatzrendite. Das organische Umsatzplus lag mit 3,1 Prozent erneut über dem der relevanten Märkte. Damit wurden die Marktanteile weiter ausgebaut. Nominal lag der Umsatz bei 886 Mio. Euro nach 908 Mio. Euro im dritten Quartal 2012.

Im Bereich Beauty Care waren die Wachstumsmärkte wie in den vergangenen Quartalen mit zweistelligen Zuwachsraten der wesentliche Treiber der guten organischen Umsatzentwicklung. Besonders starke Impulse gingen dabei von Asien (ohne Japan) und Lateinamerika aus. Auch die Regionen Afrika/Nahost und Osteuropa trugen durch ein sehr starkes Wachstum zu dieser Entwicklung bei. In den reifen Märkten, die auch im dritten Quartal durch eine negative Marktentwicklung, weiter zunehmende Promotionsaktivitäten und gestiegenen Preisdruck gekennzeichnet waren, lag der Umsatz organisch leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Trotz rückläufiger Märkte konnte dabei in Nordamerika erneut ein gutes Umsatzwachstum erzielt werden. In Westeuropa blieb der Umsatz in einem weiterhin schwierigen Marktumfeld stabil.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** lag im dritten Quartal bei 132 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich um 0,2 Prozentpunkte auf 14,9 Prozent. Das berichtete betriebliche Ergebnis stieg gegenüber dem Vorjahr um 7,5 Prozent auf 122 Mio. Euro.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erzielte im dritten Quartal ein gutes organisches Umsatzwachstum und eine signifikante Verbesserung der bereinigten Umsatzrendite. Der Umsatz erreichte 2.095 Mio. Euro. Organisch bedeutete dies ein Plus von 4,2 Prozent gegenüber dem gleichen Quartal des Vorjahres.

Die Umsätze in den Wachstumsregionen zeigten in diesem Unternehmensbereich eine wiederum starke organische Entwicklung. Am stärksten wuchs – vor allem dank der Geschäfte in Brasilien – erneut die Region Lateinamerika mit prozentual

zweistelligen Zuwächsen. Getragen wurde die Entwicklung auch durch ein starkes Wachstum in Osteuropa. Asien (ohne Japan) verzeichnete im Vergleich zum Vorjahr einen guten Umsatzanstieg. In der Region Afrika/Nahost entwickelten sich die Geschäfte positiv. Auch die reifen Märkte verzeichneten trotz des schwierigen Marktumfelds eine gute organische Umsatzentwicklung, wobei die höchsten Zuwächse in Westeuropa erzielt wurden. In Nordamerika wurde im Vergleich zum Vorjahresquartal erneut eine gute Umsatzsteigerung erreicht.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** stieg gegenüber dem Vorjahresquartal sehr stark um 8,2 Prozent und erreichte 373 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite lag damit erstmals bei 17,8 Prozent und wies mit einem Plus von 1,8 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr erneut eine hervorragende Entwicklung auf. Das berichtete betriebliche Ergebnis wuchs um 11,2 Prozent von 329 Mio. Euro auf 365 Mio. Euro.

Regionale Entwicklung des Gesamtkonzerns im dritten Quartal

In einem wettbewerbsintensiven Markt steigerte Henkel den Umsatz in der Region **Westeuropa** organisch um 0,7 Prozent. Dabei konnten die Auswirkungen der Rezession in Südeuropa kompensiert werden. Insgesamt erreichte der Umsatz 1.415 Mio. Euro. In **Osteuropa** wuchs der Umsatz organisch um 6,2 Prozent. Hierzu trug vor allem die gute Entwicklung in Russland und der Türkei bei. Insgesamt lag der Umsatz in der Region bei 822 Mio. Euro. In **Afrika/Nahost** beeinträchtigten weiterhin die politischen und gesellschaftlichen Unruhen in einigen Ländern das Geschäft. Dennoch wurde in der Region erneut ein zweistelliges organisches Wachstum von 23,1 Prozent erzielt. Laundry & Home Care sowie Beauty Care leisteten dazu einen wichtigen Beitrag. Der Gesamtumsatz in der Region lag bei 255 Mio. Euro.

In **Nordamerika** stieg der Umsatz aufgrund der guten Entwicklung der Unternehmensbereiche Beauty Care und Adhesive Technologies organisch um 2,2 Prozent. Insgesamt lag der Umsatz bei 756 Mio. Euro. **Lateinamerika** erzielte ein organisches Umsatzwachstum von 12,5 Prozent. Dazu trug vor allem das Geschäft in Brasilien bei. Der Gesamtumsatz in der Region erreichte 269 Mio. Euro. Der

Umsatz der Region **Asien/Pazifik** stieg organisch um 1,8 Prozent. Der starken Entwicklung in den schnell wachsenden Märkten dieser Region, insbesondere in China, stand eine rückläufige Entwicklung in Japan gegenüber. Insgesamt lag der Umsatz bei 631 Mio. Euro.

Besondere Impulse für die gute Umsatzentwicklung kamen wiederum aus den **Wachstumsregionen** Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan). Das organische Plus lag bei 9,1 Prozent und wurde von allen drei Unternehmensbereichen getragen. Mit insgesamt 1.865 Mio. Euro erreichte der Umsatzanteil der Wachstumsregionen 45 Prozent (Vorjahresquartal: 44 Prozent).

Ausblick des Henkel-Konzerns 2013

Für das Geschäftsjahr 2013 erwartet Henkel ein organisches Umsatzwachstum von 3 bis 5 Prozent und ist zuversichtlich, dass das Wachstum der Unternehmensbereiche jeweils in dieser Bandbreite liegen wird. Henkel konkretisiert die Prognose für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) von bisher etwa 14,5 Prozent auf etwa 15 Prozent (2012: 14,1 Prozent) und geht davon aus, dass alle Unternehmensbereiche zu der Steigerung gegenüber dem Vorjahr beitragen werden. Für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie erwartet Henkel unverändert einen Anstieg von etwa 10 Prozent (2012: 3,70 Euro).

Henkel ist weltweit mit führenden Marken und Technologien in den drei Geschäftsfeldern Laundry & Home Care, Beauty Care und Adhesive Technologies tätig. Das 1876 gegründete Unternehmen hält mit rund 47.000 Mitarbeitern und bekannten Marken wie Persil, Schwarzkopf oder Loctite global führende Marktpositionen im Konsumenten- und im Industriegeschäft. Im Geschäftsjahr 2012 erzielte Henkel einen Umsatz von 16.510 Mio. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 2.335 Mio. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert.

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

Kontakt:

Henkel AG & Co. KGaA

Investor Relations

☎ +49 2 11-7 97 39 37

Fax: +49-2 11-7 98 28 63

investor.relations@henkel.com

Kennzahlen 3. Quartal 2013 und 1-9/2013

in Mio. Euro	Umsatz		EBIT		EBIT Marge	
	Q3	1-9	Q3	1-9	Q3	1-9
Laundry & Home Care						
2013	1.167	3.531	185	527	15,8%	14,9%
2012	1.194	3.448	168	478	14,1%	13,9%
organisch	5,5%	6,4%	-	-	-	-
2013 bereinigt ¹⁾	-	-	186	544	15,9%	15,4%
2012 bereinigt ¹⁾	-	-	173	500	14,5%	14,5%
Beauty Care						
2013	886	2.683	122	381	13,8%	14,2%
2012	908	2.690	114	365	12,5%	13,6%
organisch	3,1%	3,3%	-	-	-	-
2013 bereinigt ¹⁾	-	-	132	400	14,9%	14,9%
2012 bereinigt ¹⁾	-	-	133	390	14,7%	14,5%
Adhesive Technologies						
2013	2.095	6.177	365	1.012	17,4%	16,4%
2012	2.153	6.252	329	939	15,3%	15,0%
organisch	4,2%	2,3%	-	-	-	-
2013 bereinigt ¹⁾	-	-	373	1.055	17,8%	17,1%
2012 bereinigt ¹⁾	-	-	345	963	16,0%	15,4%
Henkel						
2013	4.184	12.503	649	1.821	15,5%	14,6%
2012	4.294	12.508	586	1.707	13,6%	13,6%
organisch	4,2%	3,6%	-	-	-	-
2013 bereinigt ¹⁾	-	-	672	1.932	16,1%	15,5%
2012 bereinigt ¹⁾	-	-	631	1.791	14,7%	14,3%

Henkel	Q3/2012	Q3/2013	Veränd.	1-9/ 2012	1-9/ 2013	Veränd.
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro ²⁾	0,90	1,06	17,8%	2,65	2,93	10,6%
Bereinigtes EPS je Vorzugsaktie in Euro ²⁾	0,97	1,10	13,4%	2,78	3,13	12,6%
Bereinigtes EPS je Vorzugsaktie in Euro (2012 vor IAS 19 revised)	0,99	1,10	11,1%	2,83	3,13	10,6%

Veränderungen auf Basis der Werte in Tausend Euro

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen

²⁾ Q3/2012 und 1-9/2012 angepasst unter Anwendung von IAS 19 revised (siehe Erläuterungen im Quartalsfinanzbericht Q3 2013 auf Seite 33)