

Presseinformation

8. Mai 2013

Henkel bekräftigt Ausblick für das Geschäftsjahr 2013

Deutlicher Ergebniszuwachs im ersten Quartal

- Umsatz steigt um 0,6% auf 4.033 Mio. Euro (organisch: +2,5%)
- Bereinigtes betriebliches Ergebnis: +8,9% auf 600 Mio. Euro
- Bereinigte EBIT-Marge: +1,2 Prozentpunkte auf 14,9%
- Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): +10,3%* auf 0,96 Euro
- Starke Entwicklung in den Wachstumsregionen (organisch: +8,2%)

Düsseldorf – „Trotz eines herausfordernden Umfelds im ersten Quartal 2013 mit einer rückläufigen Entwicklung in Westeuropa sowie einer schwächer als erwarteten Industrieproduktion konnten wir Ergebnis und Umsatz steigern“, sagte Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands. „In den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care sowie Beauty Care wuchsen wir deutlich stärker als die relevanten Märkte. Dagegen spürten wir im Klebstoffgeschäft die Schwäche wichtiger Abnehmerindustrien. Gleichzeitig gelang es uns, in allen Unternehmensbereichen die Profitabilität deutlich zu verbessern.“

Mit Blick auf das laufende Geschäftsjahr sagte Rorsted: „Wir erwarten, dass das globale wirtschaftliche Umfeld schwierig bleibt. Im Industriebereich gehen wir allerdings in der zweiten Jahreshälfte von einer Erholung aus. Um in unserem dynamischen Marktumfeld flexibler und effizienter agieren zu können, werden wir unsere Prozesse weiter vereinfachen und beschleunigen.“

* Bei Anwendung von IAS 19 revised im Vorjahresquartal beträgt das Wachstum 12,9 Prozent.

Ausblick 2013 bestätigt

Für das Geschäftsjahr 2013 bestätigte Rorsted den bisherigen Ausblick: „Wir erwarten für 2013 ein organisches Umsatzwachstum zwischen 3 und 5 Prozent. Für die bereinigte EBIT-Marge rechnen wir mit einem Anstieg auf etwa 14,5 Prozent und für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie mit einem Zuwachs von etwa 10 Prozent.“

Umsatz- und Ergebnisentwicklung 1. Quartal 2013

Im ersten Quartal 2013 steigerte Henkel den **Umsatz** auf 4.033 Mio. Euro und damit um 0,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr. **Organisch**, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, stieg der Umsatz um 2,5 Prozent.

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** zeigte ein sehr starkes organisches Umsatzplus von 8,0 Prozent. Der Unternehmensbereich **Beauty Care** erzielte ein gutes organisches Umsatzwachstum von 4,0 Prozent. Im Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** ging der Umsatz organisch um 1,2 Prozent zurück.

Das um einmalige Erträge, einmalige Aufwendungen sowie Restrukturierungsaufwendungen **bereinigte betriebliche Ergebnis** stieg um 8,9 Prozent von 551 Mio. Euro auf 600 Mio. Euro. Zu dieser Verbesserung trugen alle Unternehmensbereiche bei. Das berichtete betriebliche Ergebnis (EBIT) lag bei 565 Mio. Euro nach 538 Mio. Euro im Vorjahresquartal.

Die **bereinigte Umsatzrendite** (EBIT-Marge) stieg deutlich um 1,2 Prozentpunkte von 13,7 Prozent auf 14,9 Prozent. Die berichtete Umsatzrendite lag bei 14,0 Prozent nach 13,4 Prozent im Vorjahresquartal.

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich um 16 Mio. Euro auf -30 Mio. Euro. Dies ist im Wesentlichen auf die verbesserte Nettofinanzposition sowie ein besseres

Kurssicherungsergebnis zurückzuführen. Die **Steuerquote** lag mit 24,7 Prozent in etwa auf dem Niveau des Vorjahresquartals (1. Quartal 2012: 24,8 Prozent).

Der **Quartalsüberschuss** stieg um 8,9 Prozent von 370 Mio. Euro auf 403 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 10 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 393 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 361 Mio. Euro). Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 417 Mio. Euro gegenüber 369 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Das **Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) stieg von 0,84 Euro auf 0,91 Euro. Bereinigt lag es bei 0,96 Euro gegenüber 0,85 Euro im ersten Quartal 2012. Vor Anwendung von IAS 19 revised lag der Vergleichswert des Vorjahres bei 0,87 Euro. Gegenüber diesem Wert ist das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie um 10,3 Prozent gestiegen.

Das Verhältnis von **Netto-Umlaufvermögen zum Umsatz** verbesserte sich deutlich und sank auf 5,8 Prozent. Bei der **Nettofinanzposition** wies Henkel zum 31. März 2013 statt einer Nettoverschuldung eine Nettogeldanlage in Höhe von 114 Mio. Euro aus. Zum 31. März 2012 lag die Nettoverschuldung noch bei 1.159 Mio. Euro.

Entwicklung der Unternehmensbereiche

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** startete mit einer sehr starken Umsatz- und Ertragsentwicklung in das Geschäftsjahr 2013 und baute seine Position in den relevanten Märkten weiter aus. Der **Umsatz** stieg gegenüber dem Vorjahresquartal organisch um 8,0 Prozent. Nominal verbesserte sich der Umsatz um 6,3 Prozent auf 1.177 Mio. Euro.

Alle Regionen trugen zu der sehr starken Geschäftsentwicklung bei. Den größten Anteil daran hatten erneut die Wachstumsregionen, in denen insgesamt ein zweistelliges organisches Umsatzplus erzielt wurde. Die Regionen Osteuropa, hauptsächlich getragen durch die sehr dynamische Entwicklung in Russland und in der Türkei, sowie Afrika/Nahost verzeichneten ebenfalls zweistellige Zuwächse. Auch in den reifen Märkten stieg der Umsatz. Trotz der anhaltend schwierigen Marktbedingungen in den südeuropäischen Ländern erzielte Westeuropa ein

positives Umsatzwachstum. Hier zeigten vor allem Frankreich und Deutschland eine gute Entwicklung. In Nordamerika entwickelte sich der Umsatz entgegen dem Markttrend positiv.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** legte deutlich um fast 10 Prozent auf 176 Mio. Euro zu. Die bereinigte Umsatzrendite wuchs gegenüber dem ersten Quartal 2012 um 0,5 Prozentpunkte auf 15,0 Prozent. Das berichtete betriebliche Ergebnis lag bei 175 Mio. Euro nach 157 Mio. Euro im Vorjahresquartal.

Dem Unternehmensbereich **Beauty Care** gelang erneut ein sehr guter Jahresstart. Das organische Umsatzwachstum lag mit 4,0 Prozent abermals deutlich über dem der relevanten Märkte und führte zu höheren Marktanteilen. Nominal stieg der **Umsatz** um 1,4 Prozent und erreichte 873 Mio. Euro.

Alle Regionen trugen zu der guten Umsatzentwicklung bei. Mit einem zweistelligen organischen Zuwachs waren dafür wie in den vorangegangenen Quartalen primär die Wachstumsregionen verantwortlich. Besonders dynamisch entwickelte sich die Region Asien (ohne Japan), vor allem getragen durch den konsequenten Ausbau der Geschäfte in China. Auch in der Region Afrika/Nahost legte der Umsatz prozentual zweistellig zu. In den reifen Märkten stieg der Umsatz leicht an. Westeuropa entwickelte sich positiv und profitierte von einer starken Entwicklung in Deutschland. In Nordamerika wurde ein gutes Umsatzwachstum erzielt.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** stieg gegenüber dem Vorjahr stark um 5,2 Prozent und erreichte 130 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich ebenfalls deutlich um 0,5 Prozentpunkte auf 14,9 Prozent. Das berichtete betriebliche Ergebnis stieg gegenüber dem Vorjahr um 3,0 Prozent auf 124 Mio. Euro.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** spürte im ersten Quartal 2013 vor allem in den reifen Märkten die schwache Entwicklung wichtiger Industriezweige. Der **Umsatz** erreichte 1.944 Mio. Euro nach 2.001 Mio. Euro im Vorjahresquartal.

Organisch lag der Umsatz 1,2 Prozent unter dem Wert des ersten Quartals 2012. Dabei fiel die Umsatzentwicklung regional unterschiedlich aus.

Die Wachstumsregionen verzeichneten eine gute organische Umsatzentwicklung. In der Region Lateinamerika wurde ein starkes Wachstum erzielt. Auch der Umsatz in der Region Osteuropa entwickelte sich gut, trotz der witterungsbedingt rückläufigen Dynamik des bedeutenden Bausektors. Asien (ohne Japan) zeigte insgesamt eine positive Umsatzentwicklung, wobei insbesondere Indien starke Impulse verzeichnete. In den reifen Märkten lag der Umsatz aufgrund der schwächeren wirtschaftlichen Rahmenbedingungen unter dem Vorjahresniveau. Insbesondere das Geschäft in Westeuropa ging zurück. In Nordamerika und den reifen Märkten Asiens knüpften die Umsätze nicht an das Niveau des Vorjahresquartals an.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** fiel erneut besser aus als im Vorjahr. Es stieg zweistellig um 10,8 Prozent auf 320 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite erreichte erstmalig einen Wert von 16,5 Prozent und lag damit 2,1 Prozentpunkte über dem Vergleichswert des Vorjahresquartals. Das berichtete betriebliche Ergebnis stieg um 10,6 Prozent auf 314 Mio. Euro.

Regionale Entwicklung

In einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld ging der Umsatz in der Region **Westeuropa** um 1,1 Prozent auf 1.421 Mio. Euro zurück. Organisch sank der Umsatz um 1,0 Prozent. Dies ist im Wesentlichen auf die rezessive Entwicklung in Südeuropa und die Schwäche bedeutender Industriezweige zurückzuführen. Der Umsatz in der Region **Osteuropa** stieg um 6,3 Prozent auf 718 Mio. Euro. Zum organischen Wachstum von 7,3 Prozent trugen vor allem die Geschäfte in Russland und der Türkei bei. In der Region **Afrika/Nahost** stieg der Umsatz nominal um 11,6 Prozent auf 289 Mio. Euro. Obwohl das Wachstum weiterhin unter den politischen Unruhen in einigen Ländern litt, lag das organische Umsatzplus bei 18,2 Prozent. Hierzu leisteten insbesondere die Unternehmensbereiche Laundry & Home Care und Beauty Care einen starken Beitrag.

In der Region **Nordamerika** ging der Umsatz in einem wettbewerbsintensiven Markt um 2,3 Prozent auf 729 Mio. Euro zurück. Organisch lag der Umsatz 0,4 Prozent unter dem Wert des Vorjahresquartals. Dies ging vor allem auf die schwächere Entwicklung einiger wichtiger Industriebranchen zurück. In der Region **Lateinamerika** sank der Umsatz nominal um 2,4 Prozent auf 257 Mio. Euro. Organisch stieg der Umsatz dagegen um 4,5 Prozent. Zu dieser Verbesserung trugen insbesondere die Geschäfte in Mexiko und in Brasilien bei. In der Region **Asien/Pazifik** ging der Umsatz nominal um 1,5 Prozent auf 580 Mio. Euro zurück. Organisch verbesserte sich der Umsatz dagegen um 1,3 Prozent. Der guten Geschäftsentwicklung in den Wachstumsregionen, insbesondere in China, stand eine rückläufige Entwicklung in Japan gegenüber.

Besondere Impulse für das Umsatzwachstum kamen wiederum aus den **Wachstumsregionen** Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan). Deren Umsatz stieg nominal um 5,4 Prozent auf 1.728 Mio. Euro. Das organische Wachstum lag bei 8,2 Prozent. Hierzu trugen alle Unternehmensbereiche bei. Damit erhöhte sich der Umsatzanteil der Wachstumsregionen gegenüber dem Vorjahresquartal von 41 auf 43 Prozent.

Ausblick des Henkel-Konzerns 2013

Für das Geschäftsjahr 2013 erwartet Henkel ein organisches Umsatzwachstum von 3 bis 5 Prozent. Henkel ist zuversichtlich, dass das Wachstum der Unternehmensbereiche jeweils in dieser Bandbreite liegen wird. Henkel bestätigt die Prognose für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) von etwa 14,5 Prozent (2012: 14,1 Prozent) und geht davon aus, dass alle Unternehmensbereiche zu der Steigerung gegenüber dem Vorjahr beitragen werden. Henkel erwartet ferner einen Anstieg des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie von etwa 10 Prozent (2012: 3,70 Euro). Die Basis dafür bilden Erhöhungen der Absatzpreise und die Anpassung der Strukturen an die sich stetig ändernden Marktverhältnisse. Mit diesen Maßnahmen und einer weiterhin strikten Kostendisziplin will Henkel die Ergebniswirkung steigender Rohstoffkosten überkompensieren.

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.

Presse-Kontakt

Lars Witteck

Tel. +49 211 797 - 2606

Fax +49 211 798 - 4040

E-Mail: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Tel. +49 211 797 - 1875

Fax +49 211 798 - 4040

E-Mail: wulf.klueppelholz@henkel.com

Henkel AG & Co. KGaA

Den Bericht für das erste Quartal 2013 und weitere Informationen mit Download-Material sowie den Link zur Übertragung der Telefonkonferenz finden Sie in unserer Pressemappe im Internet unter:

<http://www.henkel.de/presse/2013-05-08-veroeffentlichung-bericht-q1-2013-48077.htm>