

## Informationen an unsere Aktionäre

über die Geschäftsentwicklung von Januar bis März 2000

Henkel



### Chip-Bonding: Klebekraft auf kleinstem Raum

Eines der Spezialgebiete der Henkel-Klebstoffe ist die **Oberflächenmontage elektronischer Bauteile**. Fachleuten sind sie bekannt als Surface Mount Adhesives (SMA). **Ihre Aufgabe ist es, elektronische Bauteile auf einer Leiterplatte während des Bestückungs- und Lötvorgangs in Position zu halten.** Da die Montage- und Durchlaufzeiten bei der Produktion elektronischer Geräte – Mobiltelefonen und Computern zum Beispiel – immer kürzer werden, heißen die Forderungen an die eingesetzten Klebstoffe: höhere Verarbeitungsgeschwindigkeiten und verkürzte Aushärtezeiten. **Diese Chip-Bonder tragen zur beständigen Verbesserung und Beschleunigung der Fertigungsprozesse in der Elektronik-Industrie bei.**

- ▶ Umsatz und Ergebnis wuchsen kräftig
- ▶ Alle Unternehmensbereiche entwickelten sich erfolgreich
- ▶ Marktanteilszuwächse durch innovative Produkte

## Umsatz, Ergebnis und Cash Flow

Von Januar bis März 2000 erzielte die Henkel-Gruppe einen Umsatz von 3,0 Mrd Euro. Das sind 12,9 Prozent mehr als im Vorjahr. Das Stammgeschäft wuchs um 8,4 Prozent. Währungskurseinflüsse trugen mit 5,0 Prozentpunkten zur Umsatzsteigerung bei, durch Divestments war ein negativer Einfluss von 0,5 Prozentpunkten zu verzeichnen.

Der Umsatz der Gesellschaften in Deutschland stieg um 3,3 Prozent. Die Auslandsgesellschaften erzielten ein Umsatzplus von 16,5 Prozent. In Nordamerika stieg der Umsatz um 18,6 Prozent, in Lateinamerika um 28,9 Prozent. In der Region Asien/Pazifik konnte eine Umsatzsteigerung von 36,6 Prozent erzielt werden.

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) betrug 207 Mio Euro und lag um 17,3 Prozent über dem Vorjahreswert von 176 Mio Euro. Alle Unternehmensbereiche mit Ausnahme der Kosmetik erreichten zweistellige Zuwachsraten. Die Kapitalrendite verbesserte sich auf 12,5 Prozent (Vorjahr: 10,9 Prozent).

Der Cash Flow der Henkel-Gruppe liegt mit 275 Mio Euro leicht unter dem Vorjahreswert. Dem um 31 Mio Euro gestiegenen EBIT stehen um 38 Mio Euro gestiegene Ausgaben für Ertragsteuern gegenüber.

Der Quartalsüberschuss erhöhte sich um 61,8 Prozent auf 110 Mio Euro. Im Vorjahr enthielt der Quartalsüberschuss eine Belastung in Höhe von 16 Mio Euro, die auf Restrukturierungsmaßnahmen bei Clorox aus der Akquisition First Brands zurückzuführen war.

## Wichtige Ereignisse

Im Januar wurde in Großbritannien die Firma Multicore Industries für 43 Mio britische Pfund erworben. Mit der Übernahme hat der Unternehmensbereich Klebstoffe seine Stellung als Weltmarktführer

## Umsätze Henkel Konzern

### Januar bis März

Umsatz	Jan.–März 1999	Jan.–März 2000	Veränderung
nach	Mio Euro	Mio Euro	in %
<b>Produktbereichen</b>			
Klebstoffe	596	695	16,6
Kosmetik/Körperpflege	414	456	10,2
Wasch-/Reinigungsmittel	637	677	6,3
Hygiene	401	455	13,5
Cognis	598	707	18,3
Nebentätigkeiten	24	23	–
<b>Gesamt</b>	<b>2.670</b>	<b>3.013</b>	<b>12,9</b>
<b>Umsatz nach Regionen</b>			
Deutschland	740	764	3,3
Übriges Europa	1.184	1.316	11,1
Nordamerika	430	510	18,6
Lateinamerika	97	124	28,9
Afrika	28	38	33,4
Asien/Pazifik	191	261	36,6
<b>Gesamt</b>	<b>2.670</b>	<b>3.013</b>	<b>12,9</b>

bei Konstruktionsklebstoffen im stark wachsenden Markt für elektronische Komponenten weiter ausgebaut.

Mit der Kinki-Universität im japanischen Osaka wurde ein gemeinsames Forschungszentrum errichtet. Mit der Technischen Universität Darmstadt wurde – als ein neues und zukunftsweisendes Modell der Forschungskooperation – ein gemeinsames Unternehmen gegründet. Ziel ist die beschleunigte Umsetzung von Forschungsergebnissen in wirtschaftlich verwertbare Produkte und Verfahren.

Im Zuge der fortschreitenden Internationalisierung des Waschmittelgeschäfts hat Henkel gemeinsam mit The Dial Corporation (USA) eine Mehrheit von 80 Prozent an dem mexikanischen Waschmittelunternehmen Fabrica de Jabon Mariano Salgado S.A. de C.V. erworben.

Um einen nachhaltigen Leistungsanreiz für die Führungskräfte der Henkel-Gruppe zu schaffen, hat Henkel ein neues Aktienoptionsprogramm eingeführt. Zur Finanzierung dieses Programms wurde von der Hauptversammlung der Rückkauf von Henkel-Aktien bis maximal 10 Prozent des rechnerischen Anteils am Grundkapital genehmigt.

Für die Industriegeschäfte wird gemeinsam mit SAP, Degussa-Hüls und BASF ein Beschaffungsmarktplatz im Internet gegründet. Für die Konsumgütergeschäfte wird ein ähnliches Projekt gemeinsam mit Danone, Nestlé und SAP verfolgt.

### Geschäftsentwicklung der Unternehmensbereiche

Der Unternehmensbereich **Klebstoffe** steigerte den Umsatz um 16,6 Prozent auf 695 Mio Euro. Das operative Ergebnis erhöhte sich um 28,7 Prozent auf 68 Mio Euro. Dies ist auf eine sehr positive Geschäftsentwicklung in Deutschland sowie in Nordamerika und Asien zurückzuführen.

Die Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker starteten erfolgreich in das Jahr 2000 und erzielten ein Umsatzwachstum von 12 Prozent. Vor allem Renovierungs- und Dekorationsprodukte verzeichneten im Fachhandel ein hervorragendes erstes Quartal. Sehr erfreulich war auch die Entwicklung im Do-it-Yourself-Geschäft. Die Einführung von Metylan Tabs und der weitere internationale Roll-out des „No-more-nails-Konzeptes“ setzten positive Akzente. Innovative Roller-Produkte zum Kleben und Korrigieren trugen ebenfalls zum Wachstum des europäischen Geschäfts bei. In den USA entwickelte sich das Geschäft mit Klebebändern weiterhin positiv.

Die Industrie- und Verpackungsklebstoffe steigerten den Umsatz um 16 Prozent. Auf dem nordamerikanischen Markt konnten besonders bei Etikettier-, Buchbinderei- und Holzklebstoffen die Marktpositionen ausgebaut werden. Bei Liofol-Kaschierklebstoffen wurde die Marktführerschaft gefestigt.

Die Konstruktionsklebstoffe (Loctite) erzielten ein Umsatzwachstum von 25 Prozent. Die positive Entwicklung wurde im Wesentlichen von den Geschäften in Nordamerika und Asien/Pazifik getragen. Sehr erfreulich entwickelte sich das Geschäft bei den hochprofitablen Reaktionsklebstoffen.

Der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** konnte beim Umsatz um 10,2 Prozent auf 456 Mio Euro zulegen, wobei im Friseurgeschäft überproportionale Umsatzsteigerungen erzielt wurden. Beeinflusst durch gestiegene Werbungskosten im Rahmen des weiteren internationalen Roll-outs neuer Produkte erhöhte sich das operative Ergebnis um 2 Prozent auf 26 Mio Euro.

### Henkel Konzern Finanzierungsrechnung

	Jan.–März 1999	Jan.–März 2000
	Mio Euro	Mio Euro
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	176	<b>207</b>
Ausgaben Ertragsteuern	– 39	– 77
Abschreibungen/Zuschreibungen		
Anlagevermögen (ohne Finanzanlagen)	142	149
Gewinne aus Anlageabgängen (ohne Finanzanlagen)	– 2	– 4
<b>Cash Flow</b>	277	<b>275</b>
Veränderung Working Capital	– 24	14
<b>Mittelfluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	253	<b>289</b>
<b>Mittelfluss aus Investitionstätigkeit</b>	– 99	<b>– 233</b>
<b>Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	– 165	<b>– 35</b>
<b>Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes</b>	– 11	<b>20</b>
<b>Veränderung Flüssige Mittel/Wertpapiere</b>	0	<b>41</b>
<b>Stand Flüssige Mittel/Wertpapiere 31.3.</b>	127	<b>182</b>

Die Haarkosmetik steigerte im ersten Quartal den Umsatz um 7 Prozent. Im Colorations-Sektor wurde in Deutschland die Marktführerschaft ausgebaut. In Frankreich, Italien und Benelux konnten die Marktanteile deutlich erhöht werden. Schauma und Taft festigten ihre Marktführerschaft im Haarpflege- bzw. Stylingbereich in Deutschland.

Das Geschäft mit Körperpflegemitteln wuchs um 10 Prozent. Fa Classic wurde um zwei neue Duftvarianten (Green Tea und Spring Flower) erweitert. Die Einführung der Fa Men-Serie in Deutschland und Osteuropa brachte Marktanteilsgewinne. Bei den Hautpflegemitteln konnte die Anti-Age-Produktlinie Diadermine Force Retinol Marktanteilszuwächse in Spanien und Frankreich verbuchen. In Deutschland wurde die Diadermine-Serie neu eingeführt und vom Handel ausgesprochen positiv aufgenommen.

Das Friseurgeschäft entwickelte sich sehr erfreulich und steigerte den Umsatz um 28 Prozent.

## Henkel Konzern Segmentinformation nach Produktbereichen Januar bis März 2000

Mio Euro	Klebstoffe	Kosmetik/ Körper- pflege	Wasch-/ Reinigungs- mittel	Hygiene/ Oberflächen- technik	Chemie- produkte (Cognis)	Sonstiges	Konzern
<b>Umsatz Jan.–März 2000</b>	<b>695</b>	<b>456</b>	<b>677</b>	<b>455</b>	<b>707</b>	<b>23</b>	<b>3.013</b>
Umsatz Jan.–März 1999	596	414	637	401	598	24	2.670
Veränderung in Prozent*	16,6	10,2	6,3	13,5	18,3	–	12,9
<b>EBIT Jan.–März 2000</b>	<b>68</b>	<b>26</b>	<b>53</b>	<b>34</b>	<b>51</b>	<b>– 25</b>	<b>207</b>
EBIT Jan.–März 1999	53	26	46	26	31	– 6	176
Veränderung in Prozent*	28,7	2,0	14,3	34,2	62,4	–	17,3
<b>Umsatzrendite in Prozent</b>	<b>9,8</b>	<b>5,7</b>	<b>7,8</b>	<b>7,5</b>	<b>7,2</b>	<b>–</b>	<b>6,9</b>
Vorjahreszeitraum in Prozent	8,9	6,2	7,3	6,4	5,3	–	6,6
<b>Kapitalrendite in Prozent</b>	<b>11,9</b>	<b>10,8</b>	<b>30,4</b>	<b>17,9</b>	<b>11,4</b>	<b>–</b>	<b>12,5</b>
Vorjahreszeitraum in Prozent	9,6	10,2	25,1	13,5	8,2	–	10,9

\* Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Der Unternehmensbereich **Wasch-/Reinigungsmittel** steigerte den Umsatz um 6,3 Prozent auf 677 Mio Euro. Das operative Ergebnis erhöhte sich um 14,3 Prozent auf 53 Mio Euro.

Die Umsatzsteigerung bei den Universalwaschmitteln war mit 8 Prozent sehr zufrieden stellend.

Auch die Spezialwaschmittel entwickelten sich mit einer Umsatzsteigerung von 13 Prozent sehr gut. Hierzu trugen maßgeblich die innovativen Produktkonzepte bei, die Ende 1999 und Anfang 2000 eingeführt wurden. Zu nennen sind hier vor allem „Svit“ im neuen Markt der Frische-Reinigung im Wäschetrockner sowie „Vernel Soft & Easy“, ein Produkt, das das Bügeln erleichtert.

Der Umsatz mit Reinigungsmitteln lag leicht über dem Vorjahresniveau. Mit dem Maschinengeschirrspülmittel „Somat 2 in 1“ konnte die Marktführerschaft in Deutschland zurückgewonnen werden. Das innovative Produkt wird derzeit in weiteren europäischen Ländern eingeführt.

Der Unternehmensbereich **Hygiene/Oberflächentechnik** erzielte mit 455 Mio Euro eine Umsatzsteigerung von 13,5 Prozent. Das betriebliche Ergebnis verbesserte sich um 34,2 Prozent auf 34 Mio Euro. Zu dieser positiven Entwicklung trug vor allem die Oberflächentechnik bei. Günstige Wechselkurse wirkten sich ebenfalls ergebnisverbessernd aus.

In der Hygiene konnte der Umsatz um 9 Prozent auf 213 Mio Euro gesteigert werden. Das

Hospitalhygiene-Geschäft erzielte ein Umsatzplus von 8 Prozent. Der Umsatz im institutionellen Hygienegeschäft nahm ebenfalls um 8 Prozent zu. Der Umsatz in der Textilhygiene und im Food & Beverage/P3-Hygiene-Geschäft lag auf Grund erfolgreicher Produkteinführungen mit 7 Prozent über dem Vorjahreswert.

Der anhaltend positive Geschäftsverlauf in der Oberflächentechnik (Surface Technologies) wirkte sich in einer Umsatzsteigerung von 18 Prozent auf 242 Mio Euro aus. An dieser guten Entwicklung waren alle Regionen beteiligt. Das Automobil- und das Industriegeschäft konnten ihre weltweit führenden Positionen ausbauen. Erfolgreich war der kontinuierliche Ausbau der Geschäfte mit neuen Technologien und innovativen Produkten. Dazu gehören besonders Terocore (Polymerschaum zur Karosserieversteifung) und Granocoat (organische Beschichtung von Stahlblechen).

Der unter dem Firmennamen **Cognis** rechtlich verselbstständigte Unternehmensbereich Chemieprodukte erzielte im ersten Quartal eine Umsatzsteigerung um 18,3 Prozent auf 707 Mio Euro. Das operative Ergebnis stieg um 62,4 Prozent auf 51 Mio Euro gegenüber einem vergleichsweise schwachen Vorjahr.

## Henkel Konzern Bilanz

	31.12.1999		31.3.2000	
	Mio Euro	%	Mio Euro	%
Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände	4.717	47,8	4.871	47,0
Finanzanlagen	787	8,0	856	8,3
<b>Anlagevermögen</b>	<b>5.504</b>	<b>55,8</b>	<b>5.727</b>	<b>55,3</b>
<b>Latente Steueransprüche</b>	<b>237</b>	<b>2,4</b>	<b>244</b>	<b>2,3</b>
Vorräte	1.505	15,3	1.568	15,1
Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände	2.469	25,0	2.643	25,5
Wertpapiere und Flüssige Mittel	141	1,5	182	1,8
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>4.115</b>	<b>41,8</b>	<b>4.393</b>	<b>42,4</b>
<b>Aktiva insgesamt</b>	<b>9.856</b>	<b>100,0</b>	<b>10.364</b>	<b>100,0</b>
<b>Eigenkapital ohne Fremdanteile</b>	<b>2.948</b>	<b>29,9</b>	<b>3.024</b>	<b>29,2</b>
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	290	3,0	299	2,9
<b>Eigenkapital mit Fremdanteilen</b>	<b>3.238</b>	<b>32,9</b>	<b>3.323</b>	<b>32,1</b>
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.871	19,0	1.897	18,3
Andere Rückstellungen	1.159	11,7	1.220	11,8
<b>Rückstellungen</b>	<b>3.030</b>	<b>30,7</b>	<b>3.117</b>	<b>30,1</b>
<b>Rückstellungen für latente Steuern</b>	<b>184</b>	<b>1,9</b>	<b>189</b>	<b>1,8</b>
Finanzverbindlichkeiten	1.915	19,4	2.009	19,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.029	10,4	1.036	10,0
Andere Verbindlichkeiten	460	4,7	690	6,7
<b>Verbindlichkeiten</b>	<b>3.404</b>	<b>34,5</b>	<b>3.735</b>	<b>36,0</b>
<b>Passiva insgesamt</b>	<b>9.856</b>	<b>100,0</b>	<b>10.364</b>	<b>100,0</b>

## Gewinn- und Verlustrechnung

	Januar – März 1999		Januar – März 2000	
	Mio Euro	%	Mio Euro	%
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>2.670</b>	<b>100,0</b>	<b>3.013</b>	<b>100,0</b>
Kosten der umgesetzten Leistungen	1.451	54,3	1.628	54,0
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>1.219</b>	<b>45,7</b>	<b>1.385</b>	<b>46,0</b>
Marketing-, Vertriebs-, Forschungs-, Entwicklungs-, Verwaltungskosten sowie betriebliche Erträge/Aufwendungen	992	37,2	1.114	37,0
Geschäftswertabschreibungen	36	1,3	39	1,3
Aufwendungen für Restrukturierungen	15	0,6	25	0,8
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>176</b>	<b>6,6</b>	<b>207</b>	<b>6,9</b>
Finanzergebnis	– 49	– 1,9	– 21	– 0,7
<b>Unversteuertes Ergebnis</b>	<b>127</b>	<b>4,7</b>	<b>186</b>	<b>6,2</b>
Ertragsteuern	– 59	– 2,2	– 76	– 2,5
<b>Quartalsüberschuss</b>	<b>68</b>	<b>2,5</b>	<b>110</b>	<b>3,7</b>

## Mitarbeiter

(Stichtag)	31.12.1999	31.3.2000	Veränderung in %
Deutschland	15.412	15.460	0,3
Ausland	40.984	41.203	0,5
<b>Gesamt</b>	<b>56.396</b>	<b>56.663</b>	<b>0,5</b>

Die bereits Ende 1999 angefangene Belegung im Geschäftsbereich Oleochemie setzte sich im ersten Quartal 2000 verstärkt fort. Am Umsatzplus in Höhe von 18 Prozent waren die Oleogrundstoffe, vor allem die Fettsäuren, und das Nutrition & Health (Ernährung & Gesundheit)-Geschäft maßgeblich beteiligt.

Care Chemicals setzte mit einem Zuwachs von 14 Prozent die positive Umsatzentwicklung fort, zu der vor allem die Geschäfte in Europa und Asien/Pazifik beitrugen.

Bei den Organischen Spezialchemikalien konnte der Umsatz trotz des Verkaufs des Papierhilfsmittelgeschäfts um 14 Prozent gesteigert werden. In der Lack- und Farbentechnik nahmen die Umsätze auf Grund neuer Produkte mit verbessertem Kundennutzen und ökologisch verträglicheren Lösungen deutlich zu. Sehr positiv entwickelte sich das Geschäft in der Textiltechnik und mit Schmierstoff-Additiven.

## Wesentliche Beteiligungen

Ecolab Inc., St. Paul/Minnesota, USA, an der Henkel mit 25,0 Prozent beteiligt ist, erzielte im ersten Quartal 2000 eine Umsatzsteigerung von 8 Prozent auf 526 Mio US-Dollar. Vor allem die Einführung neuer Produkte in den USA trug zu dieser Entwicklung bei. Der Überschuss für diesen Zeitraum stieg um 22 Prozent auf 43 Mio US-Dollar.

The Clorox Company, Oakland/Kalifornien, USA, an der Henkel mit 26,6 Prozent beteiligt ist, erzielte in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahrs 1999/2000 eine Umsatzsteigerung von 1 Prozent auf 2.930 Mio US-Dollar. Im dritten Quartal entwickelten sich vor allem die Haushaltsprodukte auf Grund neuer Produkteinführungen sowie das internationale Geschäft erfreulich. Der Überschuss in der Berichtsperiode belief sich auf 269 Mio US-Dollar, das ist ein Anstieg von 37 Prozent.

## Investitionen

Im ersten Quartal 2000 betrug der Sachanlagenzugang 87 Mio Euro. Dahinter standen im Wesentlichen Projekte im Markenartikel-, Klebstoff- und Chemiebereich.

## Mitarbeiter

Am 31. März 2000 beschäftigte die Henkel-Gruppe 56.663 Mitarbeiter. Der Anteil der Mitarbeiter außerhalb Deutschlands belief sich auf 73 Prozent.

## Ausblick

Wir haben uns für dieses Jahr ein stärkeres profitables Wachstum in den bestehenden Geschäften als Schwerpunktaufgabe gesetzt. Auf Grund der guten Geschäftsentwicklung im ersten Quartal, der weltweit positiven konjunkturellen Aussichten sowie der erfolgreichen Einführung innovativer Produkte und Technologien sind wir zuversichtlich, für das Gesamtjahr 2000 einen Konzernumsatz von über 12 Mrd Euro und eine zweistellige Steigerung des Ergebnisses je Aktie zu erreichen.

Henkel KGaA  
Die Geschäftsführung

Weitere Informationen  
zu diesem Aktionärsbrief:

### Corporate Communications:

Telefon: 02 11/7 97-27 10

Fax: 02 11/7 98-40 40

E-Mail:

[alexandra.boy@henkel.de](mailto:alexandra.boy@henkel.de)

### Investor Relations:

Telefon: 02 11/7 97-39 37

Fax: 02 11/7 98-28 63

E-Mail:

[magdalena.moll@henkel.de](mailto:magdalena.moll@henkel.de)

[waltraud.mueller@henkel.de](mailto:waltraud.mueller@henkel.de)

### Postanschrift:

Henkel KGaA

D - 40191 Düsseldorf

### Henkel im Internet:

<http://www.henkel.com>

### Weitere Termine:

Veröffentlichung des

Zwischenberichts

Januar bis Juni 2000:

Montag, 14. August 2000

Veröffentlichung des

Quartalsberichts

Januar bis September 2000:

Montag, 13. November 2000

Herbstpresse- und

Analystenkonferenz:

Montag, 13. November 2000

Bilanzpressekonferenz und

DVFA-Analystentreffen:

Montag, 19. März 2001

Hauptversammlung der

Henkel KGaA:

Montag, 30. April 2001