



Globales Team – gemeinsam gewinnen

Geschäftsbericht 2009

Kurzfassung

Henkel auf einen Blick

- » Globaler Anbieter von Marken und Technologien
- » 133 Jahre Markenerfolg
- » Kompetenz in drei Unternehmensbereichen:
 - » Wasch-/Reinigungsmittel
 - » Kosmetik/Körperpflege
 - » Adhesive Technologies

Highlights 2009

- » Organische Umsatzentwicklung: minus 3,5 Prozent
 - » Wasch-/Reinigungsmittel: plus 2,9 Prozent
 - » Kosmetik/Körperpflege: plus 3,5 Prozent
 - » Adhesive Technologies: minus 10,2 Prozent
- » Umsatzanteil Wachstumsregionen: um 1 Prozentpunkt auf 38 Prozent gesteigert
- » Bereinigte Umsatzrendite (EBIT): 10,0 Prozent
- » Netto-Umlaufvermögen: um 3,9 Prozentpunkte auf 7,8 Prozent vom Umsatz verbessert
- » Netto-Finanzschulden: um 1,0 Mrd. Euro auf 2,8 Mrd. Euro reduziert

Kennzahlen

in Mio. Euro	2008	2009	+/-
Umsatz	14.131	13.573	-3,9 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	779	1.080	38,6 %
Bereinigtes ¹⁾ betriebliches Ergebnis (EBIT)	1.460	1.364	-6,6 %
Umsatzrendite (EBIT)	in % 5,5	8,0	2,5 pp
Bereinigte ¹⁾ Umsatzrendite (EBIT)	in % 10,3	10,0	-0,3 pp
Jahresüberschuss	1.233	628	-49,1 %
Ergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	1.221	602	-50,7 %
Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro 2,83	1,40	-50,5 %
Bereinigtes ¹⁾ Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro 2,19	1,91	-12,8 %
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	in % 6,9	9,8	2,9 pp
Investitionen in Sachanlagen	473	344	-27,3 %
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen ²⁾	429	396	-7,7 %
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt)	Anzahl 55.513	51.361	-7,5 %
Dividende je Stammaktie	in Euro 0,51	0,51 ³⁾	0,0 %
Dividende je Vorzugsaktie	in Euro 0,53	0,53 ³⁾	0,0 %

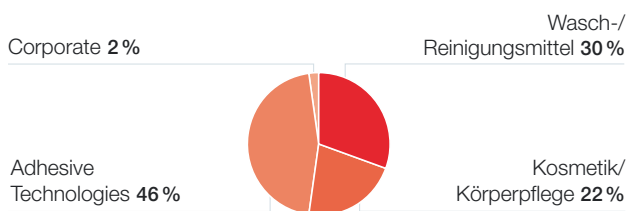
¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen

pp = Prozentpunkte

²⁾ Darin enthalten Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 52 Mio. Euro (2008) und 13 Mio. Euro (2009)

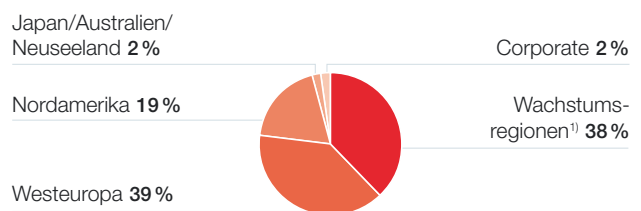
³⁾ Vorschlag

Umsatz nach Unternehmensbereichen



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

Umsatz nach Regionen



¹⁾ Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika, Asien ohne Japan

Wasch-/Reinigungsmittel

Wir belegen weltweit führende Marktpositionen.

Wir wachsen profitabel durch Innovationen und starke Marken sowie durch noch intensivere Beziehungen zu unseren Kunden.

Wir erweitern unsere starke Marktstellung in Europa und bauen unsere Präsenz in den Wachstumsregionen und in Nordamerika weiter aus.

Kennzahlen in Mio. Euro	2008	2009	+/-
Umsatz	4.172	4.129	-1,0 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	439	501	14,0 %
Bereinigtes ¹⁾ betriebliches Ergebnis (EBIT)	450	530	17,8 %
Umsatzrendite (EBIT)	10,5 %	12,1 %	1,6 pp
Bereinigte ¹⁾ Umsatzrendite (EBIT)	10,8 %	12,8 %	2,0 pp

pp = Prozentpunkte
¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen

Kosmetik/Körperpflege

Wir belegen weltweit führende Marktpositionen.

Wir wachsen profitabel durch attraktive Innovationen unserer starken Marken zur Erfüllung anspruchsvoller Kundenwünsche.

Wir erweitern unsere starke Marktstellung in Europa und Nordamerika und bauen unsere Präsenz in den Wachstumsregionen selektiv aus.

Kennzahlen in Mio. Euro	2008	2009	+/-
Umsatz	3.016	3.010	-0,2 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	376	387	3,1 %
Bereinigtes ¹⁾ betriebliches Ergebnis (EBIT)	379	387	2,1 %
Umsatzrendite (EBIT)	12,5 %	12,9 %	0,4 pp
Bereinigte ¹⁾ Umsatzrendite (EBIT)	12,6 %	12,9 %	0,3 pp

pp = Prozentpunkte
¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen

Adhesive Technologies

Wir sind weltweit führend.

Wir wachsen profitabel durch Innovationen unter starken Marken und durch effiziente Prozesse sowie Fokussierung auf unsere Kunden.

Wir erschließen neue Anwendungen und Wachstumspotenziale in allen Regionen der Welt.

Kennzahlen in Mio. Euro	2008	2009	+/-
Umsatz	6.700	6.224	-7,1 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	658	290	-55,9 %
Bereinigtes ¹⁾ betriebliches Ergebnis (EBIT)	680	506	-25,6 %
Umsatzrendite (EBIT)	9,8 %	4,7 %	-5,1 pp
Bereinigte ¹⁾ Umsatzrendite (EBIT)	10,1 %	8,1 %	-2,0 pp

pp = Prozentpunkte
¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen

Top-Marken



Universalwaschmittel, Weichspüler, Wäschepflegemittel, Geschirrspülmittel, Allzweckreiniger, Scheuermittel, Boden- und Teppichpflegemittel, Bad- und WC-Reiniger, Glasreiniger, Küchenreiniger, Spezialreiniger, Lufterfrischer und Insektizide für den Haushalt.

Top-Marken



Haarwasch- und -pflegemittel, Haarcolorationen, Haarstylingprodukte, Seifen, Duschgele und Badezusätze, Deodorants, Hautcremes, Hautpflegeprodukte, Produkte für die Zahnpflege und Mundpflege, Produkte für den Friseurbedarf.

Top-Marken



Kleb- und Dichtstoffsysteme und Oberflächenbehandlung für industrielle Anwendungen in den Branchen Automobil, Verpackung, Luftfahrt, Elektronik, langlebige Gebrauchsgüter und Metall sowie für Wartung, Reparatur und Instandhaltung. Kleb- und Dichtstoffe für Heim- und Handwerker sowie für Anwendungen im Haushalt, in der Schule und im Büro.

Top-Innovationen Wasch-/Reinigungsmittel



Persil ActicPower ist besonders ergiebig, wirkt kraftvoll ab 15 Grad Celsius und ist in einer kleinen, handlichen Flasche erhältlich. Der **Persil Hygiene Spüler** sorgt für erhöhte Wäschehygiene insbesondere bei niedrigen Waschttemperaturen. www.persil.de



Somat 9 – neun Funktionen für ein noch besseres Geschirrspül-Ergebnis, dabei neu: Der Geruchsneutralisierer wirkt gegen unangenehme Gerüche; durch den Extra-Trocken-Effekt läuft das Wasser gleichmäßig vom Geschirr ab. In Westeuropa sowie in Mittel- und Osteuropa ist **Somat Perfect Gel** das erste multifunktionale Gel auf dem Markt für maschinelle Geschirrspülmittel. www.somat.de



In den USA kombinieren die innovativen Wäsetücher von **Purex Complete 3-in-1** die Leistung von Waschmittel sowie Weichspüler und verhindern eine elektrostatische Aufladung der Wäsche im Trockner. Der CO₂-Ausstoß beim Transport konnte so um fast 70 Prozent und der Materialverbrauch bei der Verpackung um rund 45 Prozent reduziert werden. www.purex.com

Top-Innovationen Kosmetik/Körperpflege



Schwarzkopf Essential Color: Unsere erste 100 Prozent permanente Haarfarbe ohne Ammoniak und mit naturbasierten Inhaltsstoffen wie Litschi und weißem Tee für eine intensiv glänzende Farbe mit lang anhaltender Graubdeckung. www.essentialcolor.de



Syoss bietet professionelle Haarpflege, die man sich leisten kann. Die Formeln sind von Friseuren mitentwickelt und getestet, bieten täglich Salon-schönes Haar und sind im Einzelhandel erhältlich. Syoss ist Europas erfolgreichster Haarpflege-Launch 2009. www.syoss.de



Dial Anti-Ox Duschgel mit Cranberries und Anti-Oxidant-Perlen: die erfolgreichste Duschgel-Einführung in den USA. Reinigt mild und schützt die Haut vor schädlichen Umwelteinflüssen. www.dialsoap.com

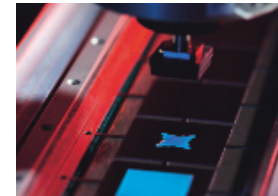
Top-Innovationen Adhesive Technologies



Die Flächendichtung **Loctite 5188** eignet sich besonders für den Einsatz an Motoren, Getrieben und Pumpen. Sie bleibt selbst nach langer Einwirkung hoher Temperaturen und chemischer Belastungen höchst flexibel und haftet sehr gut auf metallischen Untergründen. www.loctite.de



Technomelt Supra Cool 130 – der neu entwickelte Schmelzklebstoff für Verpackungen verringert deutlich den Energieverbrauch durch eine niedrigere Verarbeitungstemperatur. Zudem bietet er extrem hohe Klebkraft, hervorragendes Fließverhalten und eine wesentlich größere Bandbreite in der Anwendung. www.technomelt.com



Großer Fortschritt bei den Halbleiter-Verbindungstechnologien: Mit **Ablestik Self-Filleting** können elektronische Kleinbauteile jetzt schneller und zuverlässiger angebracht werden. Ein kleiner Tropfen wird vorsichtig platziert – die kapillare Struktur sorgt von selbst dafür, dass sich die Substanz genau bis zum Rand der Klebestelle verteilt und dort automatisch stoppt. www.henkel.com/ablestik

Wir sind erfolgreich durch unsere Mitarbeiter: Nur mit talentierten, erfahrenen und gut ausgebildeten Mitarbeitern schaffen wir es, Kunden, Konsumenten und ihre unterschiedlichen Bedürfnisse zu erkennen und zu befriedigen. Als konsequente Umsetzung einer unserer drei strategischen Prioritäten stärken wir daher unser globales Team. Mit unseren rund 50.000 Mitarbeitern und unseren Marken und Technologien verfolgen wir den Anspruch **gemeinsam gewinnen**.

02 Unternehmen

07 Vorwort

10 Das 133. Geschäftsjahr

10 Geschäftsverlauf
13 Vermögens- und Finanzlage
13 Mitarbeiter
13 Aktien
15 Internationale Aktionärsstruktur
15 Mitarbeiter-Aktien
16 Prognosebericht
17 Nachtragsbericht

18 Konzernabschluss

18 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
19 Konzernbilanz
20 Konzernkapitalflussrechnung
21 Gesamtergebnisrechnung
21 Eigenkapitalveränderungsrechnung

22 Konzernanhang

22 Konzernsegmentberichterstattung nach Unternehmensbereichen
23 Konzernsegmentberichterstattung nach Regionen

24 Weitere Informationen

24 Impressum/Finanzkalender

Unsere drei strategischen Prioritäten





Kasper Rorsted
Vorsitzender des Vorstands

Liebe Freunde des Unternehmens,

das Jahr 2009 war für Henkel und für die Weltwirtschaft insgesamt ein herausforderndes Jahr. Die größte Wirtschaftskrise seit vielen Jahrzehnten hielt uns alle in Atem. Trotz dieses schwierigen Umfelds war es kein verlorenes Jahr auf unserem Weg, unsere Ziele zu erreichen. Wir haben überzeugend demonstriert, dass wir auch unter widrigen Marktbedingungen schnell und entschlossen handeln können. Einer weiterhin erfolgreichen Entwicklung steht somit nichts im Weg.

Die Bereiche Wasch-/Reinigungsmittel und Kosmetik/Körperpflege sind stark gewachsen und haben ihre Marktpositionen ausgebaut. Unser Adhesive Technologies-Geschäft erholte sich im Jahresverlauf von den Auswirkungen der Krise.

Die Industrieproduktion war in einer Reihe von wichtigen Segmenten durch eine deutlich rückläufige Nachfrage gekennzeichnet – und damit auch unsere Industriegeschäfte im Unternehmensbereich Adhesive Technologies. Dagegen war der private Konsum von dem Konjunktur einbruch weniger betroffen. Aufgrund der Rezession ist der Rohölpreis im ersten Halbjahr 2009 gesunken; somit fielen auch die davon abhängigen Rohstoffpreise, was unsere Materialkosten entlastete. Allerdings haben die Rohstoffpreise im Zuge der allgemeinen wirtschaftlichen Stabilisierung in der zweiten Jahreshälfte bereits wieder angezogen.

In allen Bereichen des Unternehmens haben wir konsequent auf das rezessive Marktumfeld reagiert. Dazu gehörte leider auch die Trennung von Mitarbeitern. Das war für uns schmerzhaft, aber dennoch wichtig, um die langfristige Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens zu sichern.

Die wichtigsten Fakten zum Geschäftsjahr 2009 lauten:

- » Unser Umsatz sank um 3,9 Prozent auf 13.573 Mio. Euro, organisch ging der Umsatz um 3,5 Prozent zurück.
- » Das bereinigte¹⁾ betriebliche Ergebnis lag bei 1.364 Mio. Euro nach 1.460 Mio. Euro im Vorjahr.
- » Der bereinigte¹⁾ Jahresüberschuss nach Fremddanteilen sank um 13,0 Prozent auf 822 Mio. Euro; und das bereinigte¹⁾ Ergebnis je Vorzugsaktie ging um 12,8 Prozent auf 1,91 Euro zurück.
- » Das Netto-Umlaufvermögen („Net Working Capital“) hat sich hervorragend entwickelt. Mit 7,8 Prozent vom Umsatz haben wir erstmals einen Stand von unter 10 Prozent erreicht.
- » Unsere Netto-Finanzschulden konnten wir um 1,0 Mrd. Euro auf 2,8 Mrd. Euro verringern.
- » **Vorstand, Gesellschafterausschuss und Aufsichtsrat** schlagen der Hauptversammlung eine Dividende von unverändert 0,53 Euro je Vorzugsaktie und 0,51 Euro je Stammaktie vor.

Für diese außergewöhnliche Teamleistung möchte ich unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die hart und engagiert gearbeitet haben, herzlich danken!

Wir verfolgen drei strategische Prioritäten, bei deren Umsetzung uns im Jahr 2009 bedeutende Fortschritte gelungen sind:

1. Ausschöpfen unseres vollen Geschäftspotenzials
2. Stärkere Konzentration auf unsere Kunden
3. Stärkung unseres globalen Teams

Innovationen machen starke Marken noch stärker. Mehr als 30 Prozent unseres Umsatzes erzielen wir mit Produkten, die

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen

in den vergangenen drei Jahren eingeführt wurden. Damit gehören wir zu den innovationsstärksten Unternehmen in unseren Märkten. Auch 2009 haben wir mit einer Fülle von Produktneueinführungen bei unseren Kunden und den Verbrauchern gepunktet. Neben den für das gesamte Unternehmen relevanten Nachhaltigkeitsinitiativen konzentrieren wir uns im Konsumentengeschäft auf die immer wichtiger werdenden Aspekte der Pflege und des Komforts. Im Unternehmensbereich Adhesive Technologies orientieren sich die Innovationen unter anderem an den Trends zu neuen Materialien und Anwendungen im Leichtbau – zum Beispiel in der Automobil- und Flugzeugindustrie.

Im Rahmen unseres aktiven Portfoliomanagements wollen wir vor allem unsere starken Marken weiter stärken. Mit unseren drei größten Marken – Schwarzkopf, Loctite, Persil – erzielen wir bereits heute rund 25 Prozent unseres Umsatzes; mit unseren zehn größten Marken sind es mehr als 40 Prozent des Umsatzes. Auch im vergangenen Jahr haben wir uns von Randaktivitäten getrennt. So haben wir im Frühjahr das Geschäft mit Klebebändern der Marken Duck und Painter's Mate Green in Nordamerika verkauft. In der Kosmetik/Körperpflege haben wir uns von kleineren Marken in den USA getrennt.

Das schon im Februar 2008 beschlossene Effizienzsteigerungsprogramm „Global Excellence“ zur Sicherung der langfristigen Ertragskraft und Wettbewerbsfähigkeit von Henkel haben wir deutlich schneller als geplant umgesetzt. Der ursprüngliche Plan sah jährliche Einsparungen in Höhe von rund 150 Mio. Euro vom Jahr 2011 an vor. Diese Einsparungen wollen wir durch die beschleunigte Umsetzung des Programms bereits in diesem Jahr erreichen oder übertreffen.

Auch die Integration der National Starch-Geschäfte kam schneller voran als ursprünglich erwartet. Hier haben wir die ursprünglich für 2009 erwarteten Synergien übertroffen.

Unsere Kunden stehen bei allem, was wir tun, im Mittelpunkt. Um dieses Bewusstsein bei allen Mitarbeitern noch

tiefer zu verankern, stellten wir das Jahr 2009 unter das Motto „Jahr des Kunden“. Wir haben überprüft, wie und wo wir unsere Organisationsstrukturen noch kundenorientierter ausrichten können. Und mit der „Top-to-Top“-Initiative haben wir unsere Kundenkontakte auf höchster Führungsebene intensiviert. Dabei geht es um die gemeinsame strategische Ausrichtung, die Schaffung eines messbaren Mehrwerts für die Kunden und die konsequente Nutzung der eigenen Kompetenzen, etwa unsere führende Rolle auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit/Corporate Social Responsibility (CSR).

Nachhaltiges und verantwortungsvolles Handeln ist eines der herausragenden Merkmale von Henkel. Aber auch hier wollen wir noch besser werden. Denn gerade in Krisenzeiten zeigt sich die Wichtigkeit dieser Kompetenz. Deshalb haben wir auch 2009 intensiv an unseren anspruchsvollen Nachhaltigkeitszielen gearbeitet: an der weiteren Verringerung des Energie- und Wasserverbrauchs, des Abfallaufkommens und der Arbeitsunfälle. Mit der Senkung des Energieverbrauchs in der Produktion und mit unseren energieeffizienten Produkten verringern wir zudem die CO₂-Emissionen. Zu unserem Selbstverständnis gehört auch, dass jedes neu eingeführte Produkt einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten muss.

Unsere Mitarbeiter sind seit 133 Jahren der Garant unseres Erfolgs. Dies unterstreichen wir auch mit dem Motto unseres diesjährigen Geschäftsberichts: Globales Team – gemeinsam gewinnen. Mit offenem Feedback, klarer Honorierung individueller Leistungsbeiträge und maßgeschneiderten Entwicklungsplänen sichern wir die Motivation und Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter. Kurz: Fordern und Fördern. So stellen wir sicher, dass unser globales Team die Herausforderungen meistert und auch in Zukunft einen echten Wettbewerbsvorteil für unser Unternehmen darstellt.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir unsere Personalstrategie neu definiert, die Personal-Organisation neu aufgestellt und Prozesse weiter vereinheitlicht. Über ein

modernes Talent-Management-System identifizieren wir hoch qualifizierte Mitarbeiter, die wir mit individuellen Entwicklungsprogrammen systematisch auf die Übernahme neuer Aufgaben vorbereiten.

Mit den großen Fortschritten bei der Umsetzung unserer drei strategischen Prioritäten sehen wir uns auf einem guten Weg, unsere Finanzziele für das Jahr 2012 zu erreichen: Wir möchten ein organisches Umsatzwachstum von durchschnittlich 3 bis 5 Prozent pro Jahr erzielen. Die bereinigte Umsatzrendite soll auf 14 Prozent steigen. Und das durchschnittliche Wachstum des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie soll mehr als 10 Prozent pro Jahr betragen. Diese Ziele haben wir nach intensiver Analyse des Potenzials unseres Portfolios gesetzt. Und dieses Potenzial hat sich durch die Krise nicht verändert.

Auch 2010 wird kein einfaches Jahr. Wir werden unser Portfolio noch besser ausrichten und unsere Geschäfte in den Wachstumsregionen durch selektive Investitionen ausbauen. Strikte Kostenkontrolle, die Anpassung von Strukturen in den reifen Märkten und Maßnahmen zur Steigerung der Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit in den Funktionen werden wichtige Beiträge zur Verbesserung der Umsatzrendite leisten. Die Sicherung unserer Liquidität bleibt ebenfalls im Fokus. Wir werden auch in Zukunft flexibel auf die wirtschaftlichen Entwicklungen der Märkte reagieren und den Mut zu konsequenten Entscheidungen haben.

Im Namen des Vorstands danke ich dem Aufsichtsrat und dem Gesellschafterausschuss für die konstruktive und sorgfältige Beratung und Begleitung. Ein ganz spezieller Dank gilt Herrn Dipl.-Ing. Albrecht Woeste. Bis September 2009 hat er als langjähriger Vorsitzender des Aufsichtsrats und des Gesellschafterausschusses die Entwicklung von Henkel entscheidend geprägt. Wir freuen uns nun auf eine Fortsetzung der erfolgreichen Zusammenarbeit mit Frau Dr. Simone Bagel-Trah, die die Aufgaben von Herrn Woeste übernommen hat.

Im Namen des gesamten Unternehmens bedanke ich mich bei unseren Aktionärinnen und Aktionären für ihr Vertrauen und für die Unterstützung unserer Vorhaben. Unser besonderer Dank gilt unseren Kunden für ihr Vertrauen in unser Unternehmen, unsere Marken und unsere Technologien. Bei all unserem Tun stehen die Kunden weiterhin im Mittelpunkt. Und noch einmal gilt unser aller Dank unseren Mitarbeitern, die im vergangenen Jahr unter schwierigen Bedingungen außergewöhnliche Leistungen erbracht haben.

Wir sind zuversichtlich, für die vor uns liegenden Herausforderungen gut gerüstet zu sein. Wir haben eine gesunde finanzielle Basis, unsere Geschäfte sind in den Märkten sehr gut positioniert, wir haben erfolgreiche Marken und eine starke Präsenz in den Wachstumsregionen. Wir konzentrieren uns auf Innovationen mit einem klaren Mehrwert für unsere Kunden, wir haben unsere Liquidität im Blick und unsere Kosten im Griff.

Kurzum: Wir haben die Weichen richtig gestellt. Henkel ist für die Zukunft gut gerüstet. Mit unserem globalen Team werden wir auch 2010 gemeinsam gewinnen!

Düsseldorf, 29. Januar 2010



Kasper Rorsted
Vorsitzender des Vorstands

Das 133. Geschäftsjahr

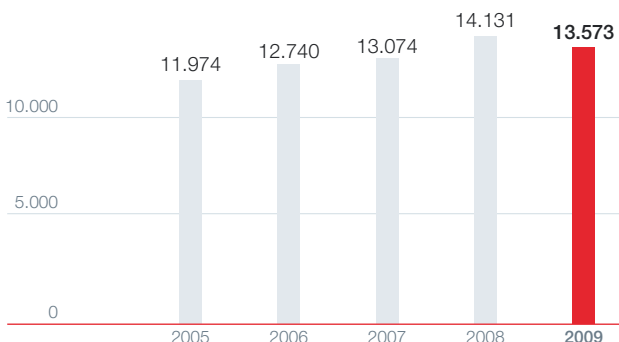
Geschäftsverlauf

Umsatz und Ergebnis

Im Geschäftsjahr 2009 erzielten wir einen Umsatz von 13.573 Mio. Euro und lagen damit um 3,9 Prozent unter dem des Vorjahres. Bereinigt um Wechselkurseffekte betrug der Umsatzrückgang 1,5 Prozent. Bedingt durch das schwierige Marktumfeld im Jahr 2009 war das organische Umsatzwachstum (also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments) mit 3,5 Prozent rückläufig. Positive Preiseffekte wurden durch Volumentrübkänge überkompensiert, vor allem im Unternehmensbereich Adhesive Technologies.

Nach einem von der Wirtschaftskrise stark betroffenen ersten Quartal zeigten die Folgequartale sukzessive eine leichte Erholung. Insgesamt lag die organische Umsatzentwicklung im zweiten Halbjahr mit -1,0 Prozent über der Entwicklung im ersten Halbjahr mit -6,1 Prozent.

Umsatz
in Mio. Euro



Umsatzveränderung¹⁾

in Prozent

	2009
Veränderung zum Vorjahr	-3,9
Wechselkurseffekte	-2,4
Bereinigt um Wechselkurseffekte	-1,5
Akquisitionen/Divestments	2,0
Organisch	-3,5

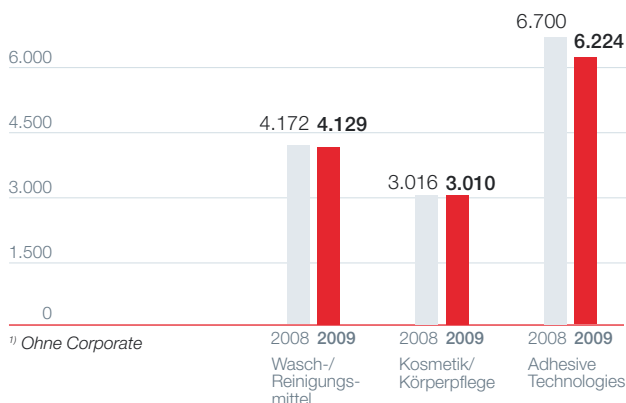
¹⁾ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro

Die Unternehmensbereiche entwickelten sich hierbei sehr unterschiedlich: Während die Konsumentengeschäfte Wasch-/Reinigungsmittel und Kosmetik/Körperpflege im Geschäftsjahr 2009 mit organischen Wachstumsraten von 2,9 Prozent und 3,5 Prozent weiterhin eine sehr starke Entwicklung zeigten, ging der Umsatz des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies, bedingt durch die weltweit

schwierige Situation wichtiger Abnehmerindustrien, organisch um 10,2 Prozent zurück.

Umsatz nach Unternehmensbereichen¹⁾

in Mio. Euro



¹⁾ Ohne Corporate

Auch in der Regionalbetrachtung führte das verschlechterte wirtschaftliche Umfeld überwiegend zu Umsatzrückgängen:

Die Region Europa/Afrika/Nahost blieb mit einem Umsatz von 8.335 Mio. Euro organisch um 1,9 Prozent unter dem Vorjahr. Während die Konsumentengeschäfte ihren organischen Umsatz erfreulich steigern konnten, verzeichnete Adhesive Technologies einen Rückgang im zweistelligen Bereich. In der Teilregion Westeuropa war der Umsatz rückläufig. In Osteuropa hingegen erzielten wir ein einstelliges organisches Wachstum, in der Teilregion Afrika/Nahost weiterhin ein zweistelliges Wachstum. Insgesamt ging der Umsatzanteil der Gesamtregion von 63 Prozent auf 61 Prozent zurück.

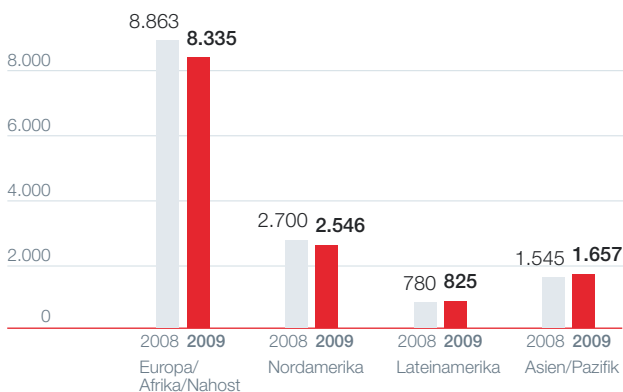
Der Umsatz in der Region Nordamerika ging organisch um 8,6 Prozent auf 2.546 Mio. Euro zurück. Alle Unternehmensbereiche litten insbesondere in der ersten Jahreshälfte deutlich unter den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Der Umsatzanteil der Region Nordamerika blieb konstant bei 19 Prozent.

Die Region Lateinamerika entwickelte sich weiterhin sehr erfreulich und wies ein organisches Umsatzwachstum von 5,0 Prozent auf 825 Mio. Euro auf. Hierzu trugen alle Unternehmensbereiche bei. Der Umsatzanteil von Lateinamerika erhöhte sich von 5 auf 6 Prozent.

In der Region Asien/Pazifik zeigten sich – wie in Europa und Nordamerika – die Auswirkungen der Wirtschaftskrise: Der Umsatz betrug 1.657 Mio. Euro und ging organisch um 5,8 Prozent zurück. Einer Umsatzsteigerung im Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege stand ein Rückgang

bei Wasch-/Reinigungsmitteln gegenüber, bedingt durch die Geschäftsaufgabe in China zum Jahresende 2008. Die organische Umsatzentwicklung im Unternehmensbereich Adhesive Technologies war ebenfalls rückläufig, zeigte jedoch im zweiten Halbjahr bereits ein positives Wachstum. Asien/Pazifik erreichte einen Umsatzanteil von 12 Prozent im Vergleich zu 11 Prozent im Vorjahr.

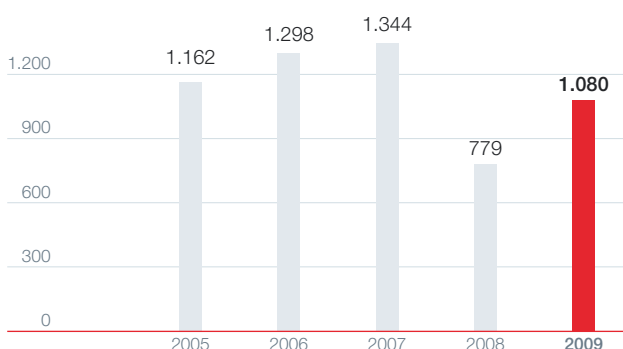
Umsatz nach Regionen¹⁾
in Mio. Euro



¹⁾ Ohne Corporate

Der Umsatz unserer Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) ging um -1,0 Prozent auf 5.114 Mio. Euro zurück. Das organische Wachstum erreichte 3,7 Prozent, wobei sich im Jahresverlauf eine kontinuierliche Erholung von einem schwachen Jahresanfang aus ergab. Hierzu trugen insbesondere die Konsumentengeschäfte mit einem fast zweistelligen Wachstum bei, während die Entwicklung im Bereich Adhesive Technologies leicht rückläufig war. Der Umsatzanteil der Wachstumsregionen erhöhte sich von 37 auf 38 Prozent.

EBIT
in Mio. Euro



Nachfolgend kommentieren wir unsere operative Entwicklung ohne einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen:

Bereinigter EBIT

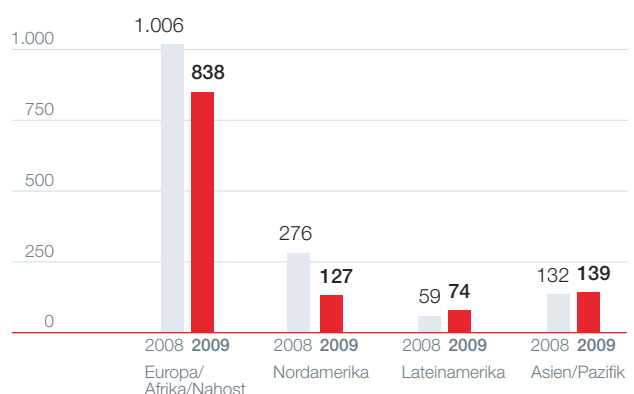
in Mio. Euro	2008	2009	%
EBIT (wie berichtet)	779	1.080	38,6
Einmalige Erträge	-30	-9	
Einmalige Aufwendungen	48	134	
Restrukturierungsaufwendungen	663	159	
Bereinigter EBIT	1.460	1.364	-6,6

Das bereinigte betriebliche Ergebnis („bereinigter EBIT“) konnte mit 1.364 Mio. Euro den Vorjahreswert von 1.460 Mio. Euro nicht erreichen, was auf die rückläufige Entwicklung des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies zurückzuführen ist. Durch die realisierten Einsparungen aus unserem Programm „Global Excellence“ und der Integration der National Starch-Geschäfte konnten wir jedoch einen stärkeren Rückgang vermeiden. Die bereinigte Umsatzrendite ging um 0,3 Prozentpunkte auf 10,0 Prozent zurück, bedingt durch den Margenrückgang bei Adhesive Technologies von 10,1 Prozent auf 8,1 Prozent. Die Konsumentengeschäfte Wasch-/Reinigungsmittel und Kosmetik/Körperpflege konnten ihre bereinigten Umsatzrenditen erfreulich auf 12,8 Prozent (Vorjahr: 10,8 Prozent) und 12,9 Prozent (Vorjahr: 12,6 Prozent) steigern.

Die schwierigen Marktbedingungen prägten auch die Ergebnisentwicklung in unseren Regionen:

In Europa/Afrika/Nahost ging das betriebliche Ergebnis um 16,7 Prozent zurück (-9,8 Prozent bereinigt um Wechselkurseffekte). Während die Konsumentengeschäfte den um Wechselkurseffekte bereinigten EBIT steigern konnten, schwächte er sich im Bereich Adhesive Technologies deutlich ab. Die Umsatzrendite dieser Region lag mit 10,1 Prozent unter dem Vorjahresniveau von 11,4 Prozent.

EBIT nach Regionen¹⁾
in Mio. Euro



¹⁾ Ohne Corporate. Seit 2009 ordnen wir die zentral angefallenen Kosten der regionalen Geschäftssteuerung den einzelnen Regionen zu. Die Vorjahreswerte (2008) wurden angepasst

In Nordamerika verringerte sich das betriebliche Ergebnis um 54,1 Prozent (-56,2 Prozent bereinigt um Wechselkurseffekte). Bedingt durch das schwierige Marktumfeld sank das Ergebnis bei Adhesive Technologies deutlich, während die Konsumentengeschäfte Wasch-/Reinigungsmittel und Kosmetik/Körperpflege nur leicht rückläufig waren. Die Umsatzrendite sank dementsprechend von 10,2 Prozent auf 5,0 Prozent.

Das betriebliche Ergebnis in der Region Lateinamerika verbesserte sich um 25,1 Prozent. Bereinigt um Wechselkurseffekte konnten wir das Ergebnis um 37,1 Prozent steigern. Hierzu trugen insbesondere die erfreulichen Ergebnisse der Unternehmensbereiche Wasch-/Reinigungsmittel und Adhesive Technologies bei. Die Umsatzrendite erhöhte sich um 1,4 Prozentpunkte auf 9,0 Prozent.

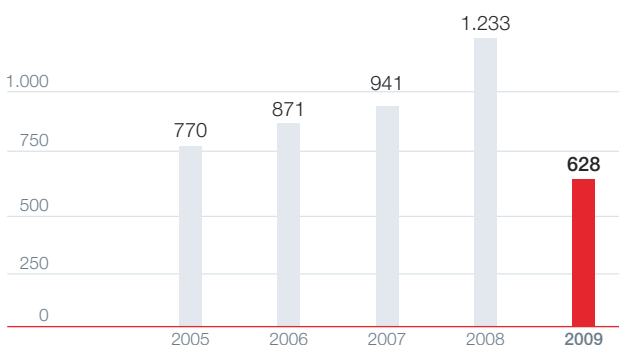
In der Region Asien/Pazifik stieg das betriebliche Ergebnis um 5,6 Prozent (-0,9 Prozent bereinigt um Wechselkurseffekte). Dies ist vor allem auf die Aufgabe des Waschmittelgeschäfts in China zurückzuführen. Die Umsatzrendite der Region ging leicht von 8,5 Prozent auf 8,4 Prozent zurück.

Jahresüberschuss

Das Ergebnis vor Steuern ging, bedingt durch den Gewinn aus der Veräußerung der Ecolab-Beteiligung im Vorjahr, um 45,6 Prozent auf 885 Mio. Euro zurück. Die Steuern vom Einkommen und Ertrag betragen 257 Mio. Euro. Die Steuerquote lag bei 29,0 Prozent. Zur niedrigeren Steuerquote im Vorjahr in Höhe von 24,2 Prozent hatten unsere niedriger besteuerten „at equity“-Erträge aus unserer Ecolab-Beteiligung und deren Verkauf beigetragen.

Der Jahresüberschuss verminderte sich um 605 Mio. Euro auf 628 Mio. Euro. Nach Abzug von Anteilen anderer Gesellschafter in Höhe von 26 Mio. Euro lag das Ergebnis bei 602 Mio. Euro. Der um Sondereinflüsse, das heißt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen bereinigte Jahresüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter ging um 123 Mio. Euro auf 822 Mio. Euro zurück.

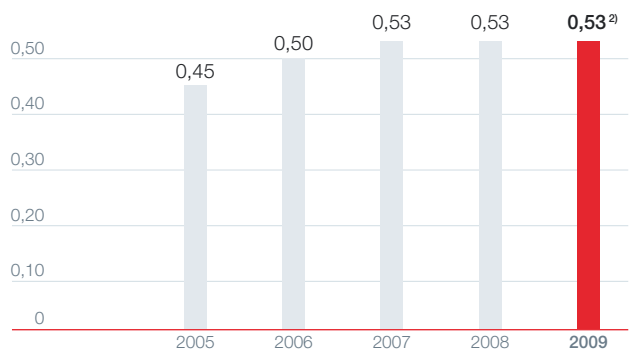
Jahresüberschuss
in Mio. Euro



Dividendenpolitik

Die Dividendenpolitik orientiert sich grundsätzlich an dem um Sondereinflüsse bereinigten Ergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter. Die Ausschüttungsquote soll circa 25 Prozent betragen. Wir werden der Hauptversammlung eine unveränderte Dividende für beide Aktiengattungen vorschlagen. Daraus ergibt sich eine Dividende von 0,53 Euro je Vorzugsaktie und von 0,51 Euro je Stammaktie. Die Ausschüttungsquote würde dadurch bei 27,6 Prozent liegen.

Dividende Vorzugsaktie¹⁾
in Euro



¹⁾ Basis Aktiensplit (1:3) vom 18. Juni 2007

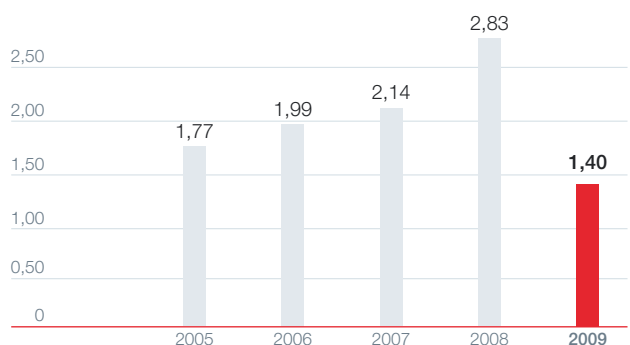
²⁾ Vorschlag

Ergebnis je Aktie (EPS)

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie ergibt sich aus der Division des Ergebnisses nach Anteilen anderer Gesellschafter durch die gemittelte Anzahl der im Betrachtungszeitraum umlaufenden Aktien. Das Ergebnis je Vorzugsaktie geht von 2,83 Euro auf 1,40 Euro zurück. Das Ergebnis je Stammaktie vermindert sich von 2,81 Euro auf 1,38 Euro. Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie belief sich auf 1,91 Euro (Vorjahr: 2,19 Euro).

Das im Jahr 2000 gestartete Aktien-Optionsprogramm führte zum 31. Dezember 2009 zu keiner Verwässerung des Ergebnisses je Stamm- und Vorzugsaktie.

Ergebnis je Vorzugsaktie¹⁾
in Euro



¹⁾ Basis Aktiensplit (1:3) vom 18. Juni 2007

Mitarbeiter

(Stand jeweils am 31. Dezember ¹⁾)	2005	%	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%
Europa/Afrika/Nahost	33.267	63,8	33.326	64,3	33.687	64,0	33.485	60,7	30.933	62,8
Nordamerika	7.271	14,0	6.651	12,8	6.438	12,2	7.360	13,4	5.714	11,6
Lateinamerika	4.208	8,1	4.297	8,3	4.268	8,1	4.293	7,8	4.002	8,1
Asien/Pazifik	7.355	14,1	7.545	14,6	8.235	15,7	10.004	18,1	8.613	17,5
Gesamt	52.101	100,0	51.819	100,0	52.628	100,0	55.142	100,0	49.262	100,0

¹⁾ Vorjahreswerte angepasst, Basis: Stammpersonal ohne Auszubildende

Vermögens- und Finanzlage**Akquisitionen und Divestments**

Der Unternehmensbereich **Wasch-/Reinigungsmittel** hat die restlichen Minderheitsanteile an einem tunesischen Joint Venture für insgesamt rund 8 Mio. Euro erworben.

Der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** hat sich im Rahmen der kontinuierlichen Sortimentsbereinigung von kleineren Marken in den USA getrennt.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** hat die Anteile an Joint-Venture-Gesellschaften in der Türkei und in China für insgesamt rund 19 Mio. Euro erhöht. Verkauft wurde im Wesentlichen das nordamerikanische Konsumentenklebstoffgeschäft unter der Marke Duck. Der gesamte Veräußerungserlös in diesem Unternehmensbereich betrug rund 87 Mio. Euro.

Investitionen

Das Investitionsvolumen (ohne Finanzanlagen) betrug im Berichtsjahr 415 Mio. Euro. Die Investitionen in Sachanlagen bestehender Geschäfte beliefen sich auf 344 Mio. Euro und lagen damit um 129 Mio. Euro unter dem Vorjahr. Einen wesentlichen Teil der Sachanlageinvestitionen haben wir für die Produktions- und IT-Integration der akquirierten Standorte von National Starch eingesetzt (Adhesive Technologies). Einen weiteren Teil haben wir für den Aufbau und die Erweiterung von Produktionskapazitäten verwendet sowie für strukturelle Verbesserungen wie die Zusammenlegung von Verwaltungs- und Produktionsstandorten.

Investitionen 2009

in Mio. Euro	Bestehendes Geschäft	Akquisitionen	Gesamt
Immaterielle Vermögenswerte	28	40	68
Sachanlagen	344	3	347
Summe	372	43	415

Regional lag der Schwerpunkt der Investitionen im Jahr 2009 auf Nordamerika und Europa.

Mitarbeiter

Wir beschäftigten zum Ende des Berichtsjahres 49.262 Mitarbeiter. Im Verlauf des Jahres sank die Zahl der Beschäftigten um 5.880 Personen. Der Umsatz pro Mitarbeiter wuchs weiter auf 264.300 Euro. Der Personalaufwand des Henkel-Konzerns sank um 54 Mio. Euro auf 2.382 Mio. Euro. Der Rückgang der Mitarbeiterzahl ist sowohl auf das Programm „Global Excellence“ und die Synergien aus der Integration der National Starch-Geschäfte als auch auf die wirtschaftliche Entwicklung zurückzuführen. Auf diese haben wir mit gezielten Maßnahmen reagiert, zum Beispiel mit sehr selektiven Einstellungen und organisatorischen Anpassungen. Die Personalreduzierungen des Jahres 2009 betrafen alle Regionen und Hierarchie-Ebenen; und wie immer sind wir sozialverantwortlich vorgegangen.

Aktien

Im Jahr 2009 zeigte die Henkel-Aktie einen überdurchschnittlich starken Aufwärtstrend. Dank der Anzeichen eines Endes der globalen Rezession und erster positiver Wachstumsausblicke für die Weltwirtschaft im Jahr 2010 gewann der DAX im Vergleich zum Schlusskurs des Vorjahres 23,9 Prozent. Der Branchenindex für Konsumgüter, der Dow Jones Euro Stoxx Consumer Goods, erhöhte sich um 31,5 Prozent. In diesem starken Marktumfeld stieg der Kurs der Henkel-Vorzugsaktie überproportional und schloss das Jahr mit 36,43 Euro – 61,3 Prozent über dem Vorjahresniveau. Die Stammaktie gewann bei einem Schlusskurs von 31,15 Euro 66,1 Prozent.

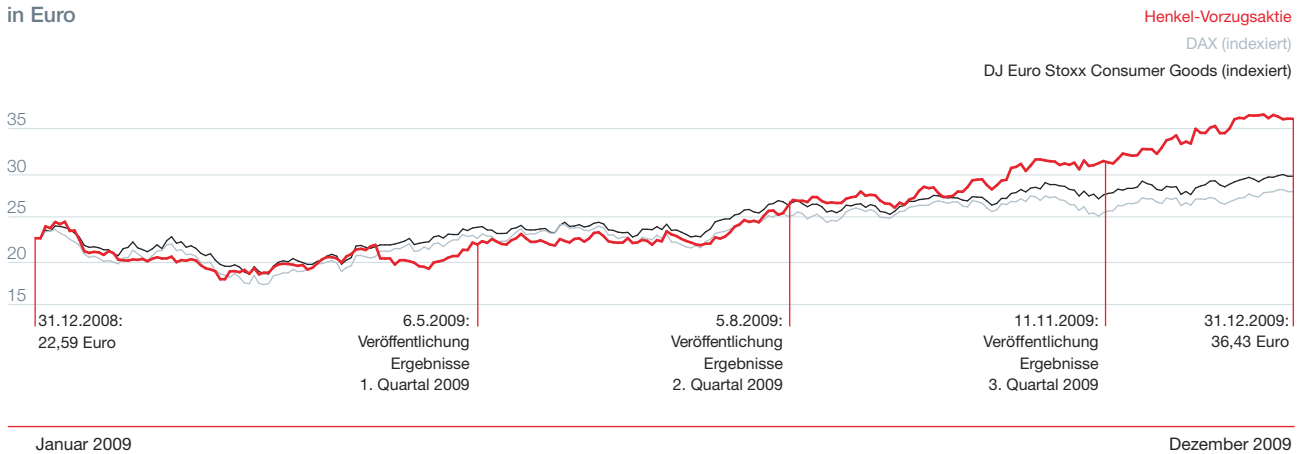
In den ersten drei Monaten des Jahres 2009 entwickelte sich die Henkel-Aktie zunächst wie auch der Gesamtmarkt leicht schwächer. Nach einem deutlichen Kursrückgang als Reaktion auf unsere Ad-hoc-Meldung am 9. April 2009 gewann die Henkel-Aktie im weiteren Jahresverlauf jedoch immer weiter an Wert. Positiv beeinflusste den Kursanstieg, dass eine zunehmende Zahl von Analysten und Investoren das Erreichen unserer Finanzziele für das Jahr 2012 zwar als ehrgeizig, aber doch erreichbar einschätzte. Gegen Jahresende konnte die Vorzugsaktie ihre jeweiligen Jahreshöchstkurse

immer weiter verbessern und die insgesamt sehr erfreuliche Kursentwicklung des Jahres 2009 mit einer deutlich besseren Performance als die relevanten Vergleichsindizes abschließen.

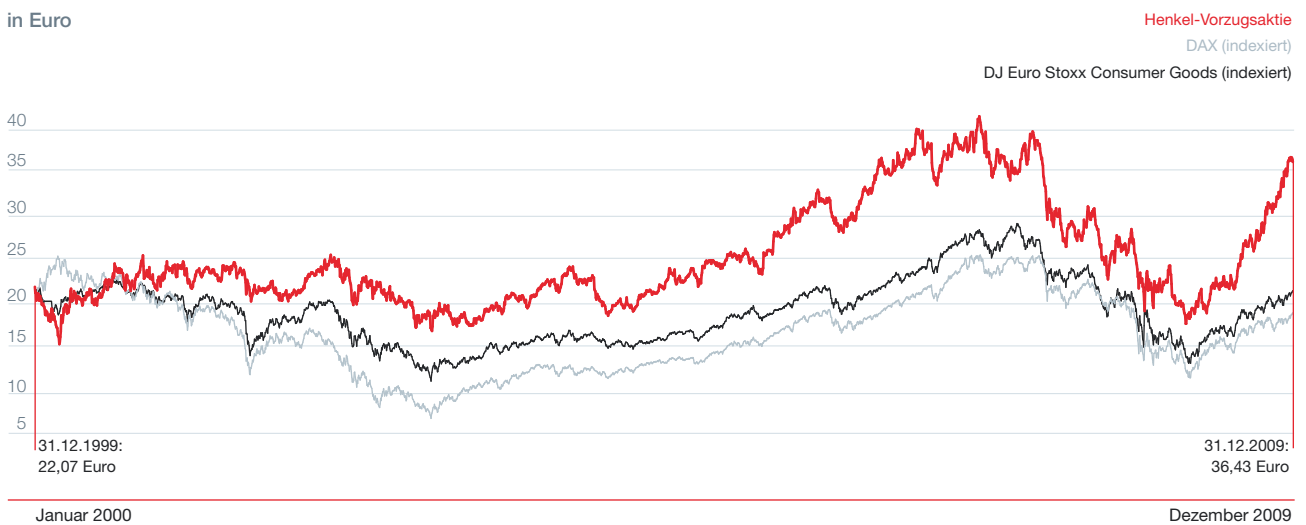
Das Handelsvolumen sank im Vergleich zum Vorjahr ebenso wie das durchschnittliche Handelsvolumen im DAX. Pro Handelstag wurden durchschnittlich 1,0 Mio. Vorzugsaktien gehandelt (Vorjahr: 1,7 Mio.). Bei den Stammaktien sank das durchschnittliche Volumen auf 200.000 Stück pro Börsentag (Vorjahr: 330.000). Die Marktkapitalisierung der Stamm- und Vorzugsaktien stieg aufgrund der positiven Kursentwicklung von 8,9 Mrd. Euro auf 14,6 Mrd. Euro.

Für langfristig orientierte Investoren bleibt die Henkel-Aktie weiterhin ein attraktives Investment. Aktionäre, die im Jahr 1985 bei der Emission der Henkel-Vorzugsaktie 1.000 Euro angelegt und die ihnen zugeflossenen Dividenden (ohne Steuerabzug) wieder in die Aktie investiert haben, verfügten Ende 2009 über einen Depotwert von etwa 11.070 Euro. Dies entspricht einer Wertsteigerung von 1.007 Prozent oder einer durchschnittlichen Verzinsung von 10,4 Prozent pro Jahr. Der DAX erreichte im gleichen Zeitraum eine jährliche Verzinsung von 7,0 Prozent. Über die letzten fünf beziehungsweise zehn Jahre verzeichnete die Henkel-Vorzugsaktie eine durchschnittliche Verzinsung von 13,4 beziehungsweise 7,0 Prozent pro Jahr.

Entwicklung Henkel-Vorzugsaktie im Marktvergleich 2009 in Euro



Entwicklung Henkel-Vorzugsaktie im Marktvergleich 2000 bis 2009 in Euro



Kennzahlen zur Henkel-Aktie 2005 bis 2009

in Euro ¹⁾	2005	2006	2007	2008	2009	
Ergebnis je Aktie						
Stammaktie	1,75	1,97	2,12	2,81	1,38	
Vorzugsaktie	1,77	1,99	2,14	2,83	1,40	
Börsenkurs zum Jahresende²⁾						
Stammaktie	26,18	32,73	34,95	18,75	31,15	
Vorzugsaktie	28,33	37,16	38,43	22,59	36,43	
Höchster Börsenkurs²⁾						
Stammaktie	26,18	33,14	37,50	34,95	31,60	
Vorzugsaktie	28,37	37,82	41,60	38,43	36,87	
Niedrigster Börsenkurs²⁾						
Stammaktie	20,32	25,66	29,96	16,68	16,19	
Vorzugsaktie	21,46	28,21	33,70	19,30	17,84	
Dividende						
Stammaktie	0,43	0,48	0,51	0,51	0,51 ³⁾	
Vorzugsaktie	0,45	0,50	0,53	0,53	0,53 ³⁾	
Marktkapitalisierung²⁾						
	in Mrd. Euro	11,8	15,1	15,9	8,9	14,6
Stammaktie	in Mrd. Euro	6,8	8,5	9,1	4,9	8,1
Vorzugsaktie	in Mrd. Euro	5,0	6,6	6,8	4,0	6,5

¹⁾ Vergleichbar nach dem Aktiensplit (1:3) vom 18. Juni 2007

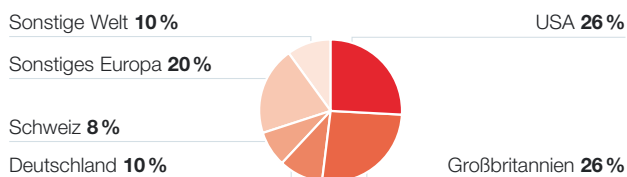
²⁾ Aktienschlusskurse Xetra-Handel

³⁾ Vorschlag

Internationale Aktionärsstruktur

Gemäß den der Gesellschaft zugegangenen Mitteilungen hält die Henkel-Familie mit 52,57 Prozent die Mehrheit der Stammaktien. Die Silchester International Investors Limited mit Sitz in London, Großbritannien, hält 3,01 Prozent der Stammaktien. Darüber hinaus liegen uns keine Mitteilungen vor, dass ein Aktionär mehr als 3 Prozent der Stimmrechtsanteile besitzt (meldepflichtiger Besitz). Unsere Vorzugsaktien – die deutlich liquidere Aktiegattung – befinden sich zu 100 Prozent im Streubesitz. Der überwiegende Anteil davon wird von institutionellen Anlegern gehalten, deren Anteilsbesitz international breit gestreut ist.

Aktionärsstruktur: Institutionelle Anleger Henkel-Vorzugsaktie



Quelle: Thomson Reuters

Rund 7,5 Mio. Vorzugsaktien kaufte Henkel bis zum Jahr 2007 für das Aktien-Optionsprogramm des Top-Managements zurück. Zum 31. Dezember 2009 betrug der Bestand eigener Aktien 4,5 Mio. Stück.

Mitarbeiter-Aktien

Seit 2001 bietet Henkel ein Aktienprogramm für alle Mitarbeiter weltweit an. Jeden investierten Euro eines Mitarbeiters (bis zu maximal 4 Prozent des Gehalts oder maximal 5.000 Euro pro Jahr) hat Henkel 2009 mit 33 Cent gefördert. Die Zahl der Teilnehmer ging im Berichtsjahr zurück: Etwa 9.500 Mitarbeiter in 56 Ländern kauften 2009 im Rahmen des Programms Henkel-Aktien. Insgesamt hielten rund 14.000 Mitarbeiter zum Jahresende knapp 4 Mio. Stück und damit rund 2,2 Prozent der Vorzugsaktien. Die Haltefrist für neu erworbene Aktien beträgt drei Jahre.

Prognosebericht

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Überblick

Die Weltwirtschaft wird nach unserer Einschätzung im Jahr 2010 im Vergleich zum Vorjahr wieder moderat wachsen. Einen anhaltenden Aufschwung oder eine stärkere Wachstumsdynamik erwarten wir aber noch nicht.

Weiterhin bestehen Gefahren für die weltwirtschaftliche Entwicklung. Die Dubai-Krise Anfang Dezember 2009 hat gezeigt, wie anfällig die Finanzmärkte noch auf drohende Kreditausfälle reagieren. Wachstumshemmend könnten sich zudem der erwartete leichte Anstieg der Arbeitslosigkeit mit entsprechenden Auswirkungen auf die Konsumnachfrage, die als restriktiv beschriebene Kreditvergabepraxis der Banken sowie das Auslaufen der weltweiten finanzpolitischen Stimulierungsmaßnahmen auswirken. Zudem ist noch offen, ob die Wirtschaftspolitik eher auf Schuldenabbau und Bekämpfung einer potenziellen Inflation setzt oder auf Stützung der Wachstumskräfte mit einer anhaltend expansiven Geld- und Finanzpolitik.

Regionen

Wir rechnen damit, dass Nordamerika in diesem Jahr stärker wächst als Westeuropa. Innerhalb Westeuropas könnten exportorientierte Länder wie Deutschland etwas mehr Dynamik entfalten als die eher binnenwirtschaftlich ausgerichteten Staaten. Die Mehrzahl der Wachstumsländer wird den Anstieg der entwickelten Länder übertreffen. Das gilt im Besonderen für Asien und Lateinamerika. Osteuropa dürfte etwas weniger stark zulegen. Dennoch wird auch Russland nach einem sehr schwachen Jahr 2009 wieder auf einen Wachstumspfad zurückkehren können.

Rohstoffpreise

Im Fall einer weiteren konjunkturellen Belebung dürften die Rohstoffpreise bei anziehender Nachfrage noch weiter steigen. Bei der Entwicklung des Rohölpreises erwarten wir eine Erhöhung gegenüber dem Vorjahr.

Währungen

Wir gehen davon aus, dass der Durchschnittskurs des US-Dollar im Jahresvergleich stabil bleiben wird. Für die osteuropäischen Währungen erwarten wir ebenfalls eine Stabilisierung auf den gegenwärtigen Niveaus; und im Fall

einer konjunkturellen Erholung in Westeuropa sehen wir Chancen auf eine weitere Aufwertung der osteuropäischen Währungen gegenüber dem Euro.

Inflation

Die Preise werden nach unserer Einschätzung im Verlauf des Jahres 2010 leicht anziehen. Einzelne Länder – wie Japan – werden jedoch weiterhin einem Deflationsrisiko ausgesetzt sein.

Zinspolitik

Wir rechnen damit, dass die Notenbanken die aktuell sehr niedrigen kurzfristigen Zinsen in der zweiten Jahreshälfte allmählich anheben könnten. Insgesamt gehen wir aber von einem weiterhin freundlichen Zinsumfeld aus.

Arbeitslosigkeit

Die Arbeitslosigkeit wird unseres Erachtens weltweit leicht ansteigen. Das werden auch die mildernden arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen nicht verhindern können, etwa die Kurzarbeitszeitregelungen in Deutschland.

Ausblick des Henkel-Konzerns 2010

Nach unserer Einschätzung sind die derzeit in der Realwirtschaft und auf den Finanzmärkten vorherrschenden leicht positiven Marktbedingungen noch fragil. Die gesamtwirtschaftliche Situation und die weitere Entwicklung können wir dementsprechend noch nicht deutlich einschätzen.

Bei unseren Prognosen für das laufende Geschäftsjahr gehen wir insgesamt von einem moderaten Wachstum der Weltwirtschaft aus, wobei wir aber noch keinen anhaltenden Aufschwung oder eine stärkere Wachstumsdynamik erwarten.

Vor diesem Hintergrund sind unsere Erwartungen an die Entwicklung des Henkel-Konzerns im Jahr 2010 zu sehen:

Wir sind zuversichtlich, dass wir uns beim organischen Umsatzwachstum (bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments) wieder besser entwickeln werden als unsere relevanten Märkte. Die Basis dafür bildet unsere starke Wettbewerbsposition. Diese haben wir in den vergangenen Jahren mit unserer Innovationskraft, unseren starken Marken und führenden Marktpositionen sowie der Qualität unseres Portfolios gefestigt und weiter ausgebaut.

Aus operativer Sicht haben wir in den vergangenen Jahren eine Reihe von Maßnahmen eingeleitet, von denen wir

uns positive Impulse versprechen: So erwarten wir weitere Ergebnisbeiträge aus unserem Effizienzsteigerungsprogramm „Global Excellence“, den Synergien aus der Integration der National Starch-Geschäfte sowie unserer strikten Kostendisziplin. All diese Faktoren werden die Entwicklung des bereinigten¹⁾ betrieblichen Ergebnisses (EBIT) und des bereinigten¹⁾ Ergebnisses je Vorzugsaktie (EPS) positiv beeinflussen. Für beide Kennzahlen erwarten wir jeweils eine spürbare Verbesserung gegenüber den Werten im Jahr 2009.

Dividende

Unsere Dividendenpolitik orientiert sich grundsätzlich an dem um Sondereinflüsse bereinigten Ergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter. Die Ausschüttungsquote soll circa 25 Prozent betragen.

Forschung und Entwicklung

Die Entwicklung von innovativen Produkten spielt für uns unabhängig vom aktuellen konjunkturellen Umfeld eine zentrale Rolle. Dementsprechend planen wir, etwa 2,8 Prozent unseres Umsatzes in Forschung und Entwicklung zu investieren.

Investitionen

Im laufenden Geschäftsjahr wollen wir in Sachanlagen bestehender Geschäfte etwa 350 Mio. Euro investieren. Bedeutende Investitionen in den Unternehmensbereichen Wasch-/Reinigungsmittel sowie Kosmetik/Körperpflege werden Produktionsanlagen zur Herstellung innovativer, nachhaltiger Produktlinien sowie strukturelle Optimierungen sein. Für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies liegt der Investitionsschwerpunkt 2010 auf der weiteren Konsolidierung und Rationalisierung der Klebstoffproduktion sowie im Ausbau der Produktion in den Wachstumsmärkten. Strukturbedingt wird der größte Teil der Sachanlage-Investitionen auf Europa entfallen.

Akquisitionen und Finanzierung

Wir beabsichtigen, im Geschäftsjahr 2010 keine größeren Akquisitionen durchzuführen, sondern zunächst unsere Nettoverschuldung weiter zurückzuführen und damit unsere finanzielle Situation weiter zu stärken. In diesem Zusammenhang streben wir ein Rating im Bereich A-„flat“ an.

Langfristige Umsatz- und Ergebnisprognose:

Finanzziele 2012

Mit dem Fokus auf unsere im Jahr 2008 entwickelten drei strategischen Prioritäten und den bisher gemachten Fortschritten zu ihrer Erreichung haben wir die Grundlage für unser zukünftiges profitables Wachstum gelegt.

Wir erwarten, dass die Weltwirtschaft nach dem Jahr 2010, für das wir ein moderates Wachstum erwarten, in den Jahren 2011 und 2012 wieder auf ihren langfristigen Wachstumspfad von etwa 3 bis 4 Prozent zurückkehren wird.

Darauf basierend streben wir in den kommenden Jahren mit durchschnittlich 3 bis 5 Prozent ein über unseren relevanten Märkten liegendes organisches Umsatzwachstum an. Aufgrund der zu erwartenden Einsparungen aus dem Effizienzsteigerungsprogramm „Global Excellence“, der Synergien aus der Integration der National Starch-Geschäfte sowie zahlreicher weiterer Maßnahmen zum Ausschöpfen des vollen Geschäftspotenzials sind wir zuversichtlich, auch bei der bereinigten¹⁾ Umsatzrendite (EBIT) bis zum Jahr 2012 unser Ziel von 14 Prozent und beim bereinigten¹⁾ Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) unser Ziel eines durchschnittlichen Anstiegs von mehr als 10 Prozent zu erreichen.

Finanzziele 2012

Jährliches organisches Umsatzwachstum (durchschnittlich):

3–5 Prozent

Bereinigte¹⁾ Umsatzrendite (EBIT):

14 Prozent

Jährliches Wachstum des bereinigten¹⁾ Ergebnisses je Vorzugsaktie (durchschnittlich):

> 10 Prozent

Nachtragsbericht

Zwischen dem Bilanztag (31. Dezember 2009) und dem Aufstellungstermin (29. Januar 2010) sind keine berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten.

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

in Mio. Euro	Anhang	2008	%	2009	%	Veränderung
Umsatzerlöse	1	14.131	100,0	13.573	100,0	-3,9 %
Kosten der umgesetzten Leistungen ¹⁾	2	-8.190	-58,0	-7.411	-54,6	-9,5 %
Bruttoergebnis vom Umsatz		5.941	42,0	6.162	45,4	3,7 %
Marketing- und Vertriebsaufwendungen ¹⁾	3	-3.993	-28,3	-3.926	-28,9	-1,7 %
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen ¹⁾	4	-429	-3,0	-396	-2,9	-7,7 %
Verwaltungsaufwendungen ¹⁾	5	-825	-5,8	-735	-5,4	-10,9 %
Sonstige betriebliche Erträge	6	160	1,1	140	1,0	-12,5 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	7	-75	-0,5	-165	-1,2	>100,0 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		779	5,5	1.080	8,0	38,6 %
Beteiligungsergebnis		1.123	7,9	-4	0,0	>100,0 %
Zinsergebnis		-275	-1,9	-191	-1,4	-30,5 %
Finanzergebnis	8	848	6,0	-195	-1,4	>100,0 %
Ergebnis vor Steuern		1.627	11,5	885	6,6	-45,6 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	9	-394	-2,8	-257	-1,9	-34,8 %
Jahresüberschuss		1.233	8,7	628	4,7	-49,1 %
– Anteile anderer Gesellschafter	10	12	0,1	26	0,2	>100,0 %
– Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA		1.221	8,6	602	4,5	-50,7 %

¹⁾ Restrukturierungsaufwendungen 2009: 159 Mio. Euro (2008: 663 Mio. Euro), darin enthalten: Kosten der umgesetzten Leistungen 70 Mio. Euro (2008: 373 Mio. Euro), Marketing- und Vertriebsaufwendungen 52 Mio. Euro (2008: 111 Mio. Euro), Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen 13 Mio. Euro (2008: 52 Mio. Euro), Verwaltungsaufwendungen 24 Mio. Euro (2008: 127 Mio. Euro)

Ergebnis je Aktie (Earnings per Share) nicht verwässert

in Euro	Anhang	2008	2009	Veränderung
Stammaktie	46	2,81	1,38	-50,9 %
Vorzugsaktie ohne Stimmrecht	46	2,83	1,40	-50,5 %

Ergebnis je Aktie (Earnings per Share) verwässert

in Euro	Anhang	2008	2009	Veränderung
Stammaktie	46	2,79	1,38	-50,5 %
Vorzugsaktie ohne Stimmrecht	46	2,81	1,40	-50,1 %

Freiwillige Zusatzinformation

in Mio. Euro	2008	2009
EBIT (wie berichtet)	779	1.080
Einmalige Erträge	-30	-9
Einmalige Aufwendungen ¹⁾	48	134
Restrukturierungsaufwendungen ²⁾	663	159
Bereinigter EBIT	1.460³⁾	1.364
Bereinigte Umsatzrendite	in %	10,3
Ertrag aus der Veräußerung der Beteiligung an Ecolab Inc.	1.042	-
Bereinigtes Finanzergebnis	-194	-195
Bereinigter Jahresüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter	945	822
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	2,19³⁾

¹⁾ Im Jahr 2009 hierin 8 Mio. Euro (2008: 36 Mio. Euro) Integrationskosten National Starch-Geschäfte enthalten

²⁾ Im Jahr 2009 hierin 0 Mio. Euro aus „Global Excellence“ (2008: 504 Mio. Euro), 44 Mio. Euro aus der Integration der National Starch-Geschäfte (2008: 142 Mio. Euro), 59 Mio. Euro aus der Neuorganisation der Adhesive Technologies-Geschäfte in Europa (2008: 0 Mio. Euro) und 56 Mio. Euro aus dem laufenden Geschäft (2008: 17 Mio. Euro) enthalten

³⁾ Bereinigter EBIT 1.495 Mio. Euro und bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie 2,26 Euro jeweils vor Abschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte aus der Akquisition der National Starch-Geschäfte

Konzernbilanz

Aktiva

in Mio. Euro	Anhang	2008 ¹⁾	%	2009	%
Immaterielle Vermögenswerte	11	8.491	52,5	8.218	52,0
Sachanlagen	12	2.361	14,6	2.248	14,2
Finanzanlagen	13	24	0,1	20	0,1
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	14	172	1,1	340	2,2
Ertragsteuererstattungsansprüche		3	–	2	–
Andere langfristige Vermögenswerte	15	4	–	12	0,1
Latente Steuern	16	305	1,9	322	2,0
Langfristiges Vermögen		11.360	70,2	11.162	70,6
Vorräte	17	1.482	9,2	1.218	7,7
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	18	1.847	11,4	1.721	10,9
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	19	575	3,6	214	1,3
Andere kurzfristige Vermögenswerte	20	256	1,6	224	1,4
Ertragsteuererstattungsansprüche		202	1,2	139	0,9
Flüssige Mittel/Wertpapiere	21	338	2,1	1.110	7,0
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	22	113	0,7	30	0,2
Kurzfristiges Vermögen		4.813	29,8	4.656	29,4
Aktiva insgesamt		16.173	100,0	15.818	100,0

¹⁾ Angepasst aufgrund der Finalisierung der Kaufpreisallokation aus dem Erwerb der National Starch-Geschäfte

Passiva

in Mio. Euro	Anhang	2008 ¹⁾	%	2009	%
Gezeichnetes Kapital	23	438	2,7	438	2,8
Kapitalrücklage	24	652	4,0	652	4,1
Gewinnrücklagen	25	6.805	42,0	6.908	43,7
Erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderungen	26	–1.411	–8,7	–1.524	–9,6
Eigenkapital ohne Anteile anderer Gesellschafter		6.484	40,0	6.474	41,0
Anteile anderer Gesellschafter	27	51	0,3	70	0,4
Eigenkapital mit Anteilen anderer Gesellschafter		6.535	40,3	6.544	41,4
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	28	833	5,2	867	5,5
Langfristige Ertragsteuerrückstellungen	29	177	1,1	152	1,0
Andere langfristige Rückstellungen	29	336	2,1	241	1,5
Langfristige Finanzschulden	30	2.402	14,9	3.426	21,7
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	31	77	0,5	88	0,5
Andere langfristige Verbindlichkeiten	32	9	0,1	20	0,1
Latente Steuern	33	413	2,5	367	2,3
Langfristige Verbindlichkeiten		4.247	26,4	5.161	32,6
Kurzfristige Ertragsteuerrückstellungen	34	343	2,1	224	1,4
Andere kurzfristige Rückstellungen	34	964	5,9	938	5,9
Kurzfristige Finanzschulden	35	1.817	11,2	660	4,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	36	1.678	10,4	1.885	11,9
Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	37	272	1,7	145	0,9
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	38	306	1,9	251	1,6
Ertragsteuerverbindlichkeiten		11	0,1	10	0,1
Kurzfristige Verbindlichkeiten		5.391	33,3	4.113	26,0
Passiva insgesamt		16.173	100,0	15.818	100,0

¹⁾ Angepasst aufgrund der Finalisierung der Kaufpreisallokation aus dem Erwerb der National Starch-Geschäfte

Konzernkapitalflussrechnung

in Mio. Euro	2008	2009
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	779	1.080
Ausgaben Ertragsteuern	-412	-305
Abschreibungen/Zuschreibungen Anlagevermögen (ohne Finanzanlagen)	546	588
Gewinne/Verluste aus Anlageabgängen (ohne Finanzanlagen)	3	12
Veränderung der Vorräte	-78	276
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	108	136
Veränderung anderer Forderungen und sonstiger Vermögenswerte	60	-15
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-36	208
Veränderung anderer Verbindlichkeiten und Rückstellungen	195	-61
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	1.165	1.919
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-20	-28
Investitionen in Sachanlagen	-473	-344
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	-3.708	-8 ¹⁾
Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten	57	90
Erlöse aus Sonstigen Anlageabgängen	1.752	51
Zahlungsausgleich aus Net Investment Hedge	119	-
Cashflow aus Investitionstätigkeit/Akquisitionstätigkeit	-2.273	-239
Dividenden Henkel AG & Co. KGaA	-224	-224
Dividenden Tochterunternehmen (an andere Gesellschafter)	-8	-12
Zinseinnahmen	90	70
Dividendeneinnahmen	22	-
Zinsausgaben	-345	-206
<i>Dividenden- und Zinsergebnis</i>	<i>-465</i>	<i>-372</i>
Veränderung der Finanzschulden	757	-152
Zuführungen an Pensionsfonds	-262	-389
Sonstige Finanzierungsvorgänge	-10	8
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	20	-905
Zahlungswirksame Veränderung des Postens Flüssige Mittel/Wertpapiere	-1.088	775
Wechselkursbedingte Veränderung des Postens Flüssige Mittel/Wertpapiere	-14	-3
Veränderung Flüssige Mittel/Wertpapiere	-1.102	772
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 1.1.	1.440	338
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 31.12.	338	1.110

¹⁾ Darin enthalten: 103 Mio. Euro Einzahlungen durch das Settlement von Finanzforderungen aus dem Erwerb der National Starch-Geschäfte

Freiwillige Zusatzinformation Überleitung zum Free Cashflow

in Mio. Euro	2008	2009
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	1.165	1.919
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-20	-28
Investitionen in Sachanlagen	-473	-344
Erlöse aus Sonstigen Anlageabgängen (ohne Veräußerungserlös Ecolab Inc.)	40	51
Zinssaldo	-255	-136
Free Cashflow	457	1.462

Gesamtergebnisrechnung

in Mio. Euro	2008	2009
Jahresüberschuss	1.233	628
Währungskurseinflüsse	103	-104
Finanzinstrumente	-100	-11
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-186	-285
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen		
Effekte aus dem laufenden Geschäftsjahr	33	-
Verrechnung der kumulierten Währungskursdifferenzen seit erstmaliger Einbeziehung	-16	-
Direkt im Eigenkapital erfasste Wertänderungen	-166	-400
Gesamtergebnis der Periode	1.067	228
– Anteile anderer Gesellschafter	16	24
– Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	1.051	204

Eigenkapitalveränderungsrechnung

in Mio. Euro	Stamm- aktien	Vorzugs- aktien	Eigene Aktien	Kapital- rücklage	Gewinn- rück- lagen	Erfolgsneutrale Eigen- kapitalveränderungen			Gesamt
						Währungs- umrech- nung	Finanz- instru- mente	Anteile anderer Gesell- schafter	
Stand 1.1.2008	260	178	-119	652	6.082	-1.298	-112	63	5.706
Jahresüberschuss	-	-	-	-	1.221	-	-	12	1.233
Währungskurseinflüsse	-	-	-	-	-	99	-	4	103
Finanzinstrumente	-	-	-	-	-	-	-100	-	-100
Versicherungsmathematische Gewinne (+) und Verluste (-)	-	-	-	-	-186	-	-	-	-186
Beteiligung an assoziierten Unternehmen	-	-	-	-	17	-	-	-	17
Gesamtergebnis der Periode	-	-	-	-	1.052	99	-100	16	1.067
Ausschüttungen	-	-	-	-	-224	-	-	-8	-232
Verkauf eigener Aktien	-	-	4	-	1	-	-	-	5
Sonstige neutrale Veränderungen	-	-	-	-	9	-	-	-20	-11
Stand 31.12.2008/1.1.2009	260	178	-115	652	6.920	-1.199	-212	51	6.535
Jahresüberschuss	-	-	-	-	602	-	-	26	628
Währungskurseinflüsse	-	-	-	-	-	-102	-	-2	-104
Finanzinstrumente	-	-	-	-	-	-	-11	-	-11
Versicherungsmathematische Gewinne (+) und Verluste (-)	-	-	-	-	-285	-	-	-	-285
Gesamtergebnis der Periode	-	-	-	-	317	-102	-11	24	228
Ausschüttungen	-	-	-	-	-224	-	-	-12	-236
Verkauf eigener Aktien	-	-	6	-	4	-	-	-	10
Sonstige neutrale Veränderungen	-	-	-	-	-	-	-	7	7
Stand 31.12.2009	260	178	-109	652	7.017	-1.301	-223	70	6.544

Konzernsegmentberichterstattung nach Unternehmensbereichen¹⁾

in Mio. Euro	Wasch-/ Reini- gungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Klebstoffe für Hand- werker und Konsumenten	Industrie- klebstoffe	Summe Adhesive Tech- nologies	Summe operative Un- ternehmens- bereiche	Corporate	Konzern
Umsatz 2009	4.129	3.010	1.738	4.486	6.224	13.363	210	13.573
Veränderung gegenüber Vorjahr	-1,0%	-0,2%	-16,9%	-2,6%	-7,1%	-3,8%	-	-3,9%
Anteil am Konzernumsatz	30%	22%	13%	33%	46%	98%	2%	100%
Umsatz 2008	4.172	3.016	2.092	4.608	6.700	13.888	243	14.131
EBITDA 2009	622	433	200	468	668	1.723	-55	1.668
EBITDA 2008	551	427	281	593	874	1.852	-527	1.325
Veränderung gegenüber Vorjahr	12,8%	1,6%	-29,0%	-21,1%	-23,6%	-7,0%	-	25,8%
Umsatzrendite (EBITDA) 2009	15,1 %	14,4 %	11,5 %	10,4 %	10,7 %	12,9 %	-	12,3 %
Umsatzrendite (EBITDA) 2008	13,2%	14,1%	13,5%	12,9%	13,0%	13,3%	-	9,4%
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Marken- und sonstige Rechte/ Sachanlagevermögen 2009	121	46	96	282	378	545	43	588
davon außerplanmäßige Abschreibungen 2009	10	1	32	105	137⁵⁾	148	27	175
davon Zuschreibungen 2009	1	-	-	2	2	3	-	3
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Marken- und sonstige Rechte/ Sachanlagevermögen 2008	112	51	48	168	216	379	167	546
davon außerplanmäßige Abschreibungen 2008	58	35	4	33	37	130	23	153
davon Zuschreibungen 2008	-	-	-	-	-	-	-	-
EBIT 2009	501	387	104	186	290⁶⁾	1.178	-98⁴⁾	1.080
EBIT 2008	439	376	233	425	658	1.473	-694	779
Veränderung gegenüber Vorjahr	14,0%	3,1%	-55,3%	-56,3%	-55,9%	-20,0%	-	38,6%
Umsatzrendite (EBIT) 2009	12,1 %	12,9 %	6,0 %	4,2 %	4,7 %	8,8 %	-	8,0 %
Umsatzrendite (EBIT) 2008	10,5%	12,5%	11,1%	9,2%	9,8%	10,6%	-	5,5%
Eingesetztes Kapital 2009²⁾	2.562	2.125	1.161	5.874	7.035	11.722	-181	11.541
Eingesetztes Kapital 2008 ²⁾	2.604	2.151	1.299	5.291	6.590	11.345	-24	11.321
Veränderung gegenüber Vorjahr	-1,6%	-1,2%	-10,7%	11,0%	6,8%	3,3%	-	1,9%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) 2009	19,6 %	18,2 %	10,4 %	3,7 %	4,8 %	10,4 %	-	9,8 %
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) 2008	16,9%	17,5%	17,9%	8,0%	10,0%	13,0%	-	6,9%
Investitionen (ohne Finanzanlagen) 2009	156	43	40	153	193	392	23	415
Investitionen (ohne Finanzanlagen) 2008	169	103	137	3.624	3.761	4.033	36	4.069
Operatives Bruttovermögen 2009³⁾	3.838	2.723	1.470	6.789	8.259	14.820	357	15.177
Operative Verbindlichkeiten 2009	1.123	800	375	1.195	1.570	3.493	538	4.031
Operatives Vermögen 2009³⁾	2.715	1.923	1.095	5.594	6.689	11.327	-181	11.146
Operatives Bruttovermögen 2008 ³⁾	3.893	2.763	1.641	6.439	8.080	14.736	398	15.134
Operative Verbindlichkeiten 2008	1.154	819	423	1.451	1.874	3.847	422	4.269
Operatives Vermögen 2008 ³⁾	2.739	1.944	1.218	4.988	6.206	10.889	-24	10.865

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

²⁾ Mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten vor Verrechnung mit kumulierten Abschreibungen gemäß IFRS 3.79(b)

³⁾ Mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten

⁴⁾ Einschließlich Restrukturierungsaufwendungen für die National Starch-Geschäfte in Höhe von 44 Mio. Euro. Die laufenden Restrukturierungen sind den operativen Unternehmensbereichen zugeordnet

⁵⁾ Darin enthalten sind 46 Mio. Euro Geschäftswertabschreibungen, siehe Sonstige betriebliche Aufwendungen

⁶⁾ Darin enthalten sind 59 Mio. Euro aus der Neuorganisation der Adhesive Technologies-Geschäfte in Europa

Konzernsegmentberichterstattung nach Regionen¹⁾

in Mio. Euro	Europa/ Afrika/ Nahost	Nord- amerika (USA, Kanada)	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Summe Regionen	Corporate	Konzern
Umsatz – Sitz der Gesellschaften 2009	8.335	2.546	825	1.657	13.363	210	13.573
Veränderung gegenüber Vorjahr	-6,0%	-5,7%	5,8%	7,3%	-3,8%	-	-3,9%
Anteil am Konzernumsatz	61%	19%	6%	12%	98%	2%	100%
Umsatz – Sitz der Gesellschaften 2008	8.863	2.700	780	1.545	13.888	243	14.131
Umsatz – Sitz der Abnehmer 2009	8.267	2.512	833	1.751	13.363	210	13.573
Veränderung gegenüber Vorjahr	-6,0%	-5,8%	5,3%	7,3%	-3,8%	-	-3,9%
Anteil am Konzernumsatz	61%	18%	6%	13%	98%	2%	100%
Umsatz – Sitz der Abnehmer 2008	8.798	2.668	791	1.631	13.888	243	14.131
EBITDA 2009	1.083	320	92	228	1.723	-55	1.668
EBITDA 2008 ⁴⁾	1.228	365	79	180	1.852	-527	1.325
Veränderung gegenüber Vorjahr	-11,8%	-12,4%	17,1%	26,4%	-7,0%	-	25,8%
Umsatzrendite (EBITDA) 2009	13,0%	12,6%	11,2%	13,7%	12,9%	-	12,3%
Umsatzrendite (EBITDA) 2008 ⁴⁾	13,9%	13,5%	10,1%	11,7%	13,3%	-	9,4%
EBIT 2009	838	127	74	139	1.178	-98³⁾	1.080
EBIT 2008 ⁴⁾	1.006	276	59	132	1.473	-694	779
Veränderung gegenüber Vorjahr	-16,7%	-54,1%	25,1%	5,6%	-20,0%	-	38,6%
Umsatzrendite (EBIT) 2009	10,1%	5,0%	9,0%	8,4%	8,8%	-	8,0%
Umsatzrendite (EBIT) 2008 ⁴⁾	11,4%	10,2%	7,6%	8,5%	10,6%	-	5,5%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) 2009	21,2%	2,5%	14,8%	11,1%	10,4%	-	9,8%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) 2008 ⁴⁾	24,9%	5,2%	12,1%	8,7%	13,0%	-	6,9%
Operatives Bruttovermögen 2009²⁾	5.749	6.444	652	1.975	14.820	357	15.177
Operative Verbindlichkeiten 2009	2.310	485	178	520	3.493	538	4.031
Operatives Vermögen 2009²⁾	3.439	5.959	474	1.455	11.327	-181	11.146
Operatives Bruttovermögen 2008 ²⁾	5.963	6.077	628	2.068	14.736	398	15.134
Operative Verbindlichkeiten 2008	2.480	597	160	610	3.847	422	4.269
Operatives Vermögen 2008 ²⁾	3.483	5.480	468	1.458	10.889	-24	10.865

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

²⁾ Mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten

³⁾ Einschließlich Restrukturierungsaufwendungen für die National Starch-Geschäfte in Höhe von 44 Mio. Euro. Die laufenden Restrukturierungsaufwendungen sind den Regionen zugeordnet

⁴⁾ Seit 2009 ordnen wir die zentral angefallenen Kosten der regionalen Geschäftssteuerung den einzelnen Regionen zu. Die Vorjahreswerte (2008) wurden angepasst. Für die Region Europa/Afrika/Nahost ergibt sich ein um 44 Mio. Euro höheres Ergebnis, für die anderen Regionen eine Minderung um 23 Mio. Euro für Nordamerika, um 7 Mio. Euro für Lateinamerika und um 14 Mio. Euro für Asien/Pazifik

Die in Deutschland ansässigen Verbundenen Unternehmen einschließlich der Obergesellschaft erzielten in den operativen Unternehmensbereichen im Jahr 2009 einen Umsatz in Höhe von 1.909 Mio. Euro (Vorjahr: 2.020 Mio. Euro) und bilanzierten zum 31. Dezember 2009 Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen in Höhe von 1.087 Mio. Euro (Vorjahr: 1.123 Mio. Euro).

Die in Nordamerika ansässigen Verbundenen Unternehmen bilanzierten zum 31. Dezember 2009 Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen in Höhe von 5.457 Mio. Euro (Vorjahr: 5.793 Mio. Euro).

Impressum

Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA
40191 Düsseldorf
Telefon: 02 11/7 97-0

© 2010 Henkel AG & Co. KGaA

Redaktion:

Corporate Communications, Investor Relations,
Corporate Accounting and Reporting

Koordination: Oliver Luckenbach,

Jens Bruno Wilhelm, Wolfgang Zengerling

Konzept und Design: Kirchhoff Consult AG, Hamburg

Fotos: Henkel, Thomas Bauer, Andreas Fechner

Gesamtproduktion: Schotte, Krefeld

Corporate Communications

Telefon: 02 11/7 97-26 06

Fax: 02 11/7 98-24 84

E-Mail: lars.witteck@henkel.com

Investor Relations

Telefon: 02 11/7 97-39 37

Fax: 02 11/7 98-28 63

E-Mail: oliver.luckenbach@henkel.com

PR.-Nr.: 03 10 xx.xxx

Finanzkalender

Hauptversammlung der

Henkel AG & Co. KGaA 2010:

Montag, 19. April 2010

Veröffentlichung des Berichts

über das 1. Quartal 2010:

Mittwoch, 5. Mai 2010

Veröffentlichung des Berichts

über das 2. Quartal/1. Halbjahr 2010:

Mittwoch, 4. August 2010

Veröffentlichung des Berichts

über das 3. Quartal/Dreivierteljahr 2010:

Mittwoch, 10. November 2010

Bilanzpresse- und Analystenkonferenz

über das Geschäftsjahr 2010:

Donnerstag, 24. Februar 2011

Hauptversammlung der

Henkel AG & Co. KGaA 2011:

Montag, 11. April 2011

Alle aktuellen Zahlen und Angaben zum

Unternehmen im Internet: www.henkel.de



Der Geschäftsbericht ist gedruckt auf PROFIsilkFSC von Sappi. Das Papier ist aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff. Es besteht aus Holzfasern, die aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammen und nach den Regeln des Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert ist. Die Druckfarben enthalten keine Schwermetalle.

Alle Produktnamen sind geschützte Marken der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, oder der mit ihr Verbundenen Unternehmen.

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.