

## Informationen an unsere Aktionäre

Theramed Perfect sorgt für eine umfassende Mundhygiene. Die Wirkstoff-Kombination schützt effizient und lang anhaltend vor Karies, Zahnsteinbildung, Parodontose, Verfärbungen und Mundgeruch. Erhältlich als Multi Protect, Extra Frisch und Extra Weiß.

# 2.Q

April – Juni 2002

# Theramed Perfect

Complete  
Protection

**MULTI  
PROTECT**

Calcium & Fluorid  
System

**Henkel**

*A Brand Like a Friend*

# Deutliches Plus in schwieriger Zeit

- ▶ Umsatz der Henkel-Gruppe gewachsen
- ▶ Ergebnissteigerung gegenüber Vorjahr in allen Geschäften
- ▶ Erwartungen für das Gesamtjahr unverändert positiv

## Umsatz und Ergebnis

Im zweiten Quartal 2002 steigerte die Henkel-Gruppe in einem unverändert schwierigen Marktumfeld den Umsatz um 2,7 Prozent auf 2,5 Mrd Euro. Dabei vergleichen wir auf der Basis der fortgeführten Geschäfte mit dem Vorjahresquartal.

Ein deutliches Plus gelang im betrieblichen Ergebnis (EBIT), das mit 168 Mio Euro um 11,5 Prozent über dem Vorjahresquartal lag. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (Return on Capital Employed = ROCE) betrug 15,5 Prozent. Damit wird der Vorjahreswert um 3,2 Prozentpunkte übertroffen. Besonders erfreulich ist, dass alle unsere Geschäfte zu dieser Renditesteigerung beigetragen haben.

Im ersten Halbjahr 2002 lag der Umsatz insgesamt mit 4,9 Mrd Euro um 3,3 Prozent höher als im Vorjahreszeitraum. Das betriebliche Ergebnis stieg um 7,2 Prozent auf 330 Mio Euro, wobei sich das Gewinnwachstum im zweiten Quartal beschleunigte. Zu dieser positiven Entwicklung trugen vor allem die Unternehmensbereiche Wasch-/Reinigungsmittel und Kosmetik/Körperpflege bei, die bereits im ersten Quartal sehr gute Ergebnisse erzielten.

Der Halbjahresüberschuss lag bei 207 Mio Euro. Die fehlenden betrieblichen Ergebnisse der divestierten Geschäfte Cognis und Henkel-Ecolab konnten durch ein deutlich verbessertes Finanzergebnis nur teilweise ausgeglichen werden. Zudem enthielt der Halbjahresüberschuss 2001 einen Einmalertrag in Höhe von 24 Mio Euro aus der Veräußerung der Beteiligung am japanischen Unternehmen San Nopco. Ohne diesen Effekt und ohne die Clorox-Sonderabschreibungen im ersten Halbjahr 2002 in Höhe von 18 Mio Euro lag der Rückgang gegenüber dem Vorjahr bei 4,7 Prozent und damit im Rahmen unserer Erwartungen. Nach Fremdanteilen blieb der Halbjahresüberschuss mit 208 Mio Euro um 14,8 Prozent unter dem Vorjahreswert, ohne Sondereffekte wäre er leicht gestiegen.

Das Ergebnis je Aktie sank von 1,69 Euro im ersten Halbjahr 2001 auf 1,45 Euro im ersten Halbjahr 2002. Ohne den im Vorjahr enthaltenen Veräußerungsertrag und den Clorox-Effekt aus den Sonderabschreibungen im ersten Halbjahr dieses Jahres liegt das Ergebnis je Aktie leicht über Vorjahr.

Wegen der divestierten Geschäfte ging das Ergebnis je Aktie im zweiten Quartal 2002 gegenüber dem Vorjahresquartal um 15 Cents auf 0,79 Euro zurück.

Umsatz <sup>1)</sup>		
Mio Euro	2. Q	1-6
<b>2001</b>	<b>2.422</b>	<b>4.742</b>
<b>2002</b>	<b>2.487</b>	<b>4.898</b>
Veränderung zum Vorjahr	2,7 %	3,3 %

<sup>1)</sup> Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzveränderung		3,3 %
		1-6
aus		
Bestehendem Geschäft		4,6 %
Akquisitionen/Divestments		-0,8 %
Währungskurseinfluss		-0,5 %

EBIT <sup>1)</sup>		
Mio Euro	2. Q	1-6
<b>2001</b>	<b>151</b>	<b>308</b>
<b>2002</b>	<b>168</b>	<b>330</b>
Veränderung zum Vorjahr	11,5 %	7,2 %

<sup>1)</sup> Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzrendite EBIT		
	2. Q	1-6
<b>2001</b>	<b>6,2 %</b>	<b>6,5 %</b>
<b>2002</b>	<b>6,7 %</b>	<b>6,7 %</b>
Veränderung zum Vorjahr	0,5 pp	0,2 pp

pp = Prozentpunkte

Ergebnis je Aktie		
Euro	2. Q	1-6
<b>2001<sup>1)</sup></b>	<b>0,94</b>	<b>1,69</b>
<b>2002</b>	<b>0,79</b>	<b>1,45</b>
Veränderung zum Vorjahr	-16,0 %	-14,2 %

<sup>1)</sup> einschließlich der divestierten Geschäfte Cognis und Henkel-Ecolab

## Regionale Entwicklung

In der Region **Europa** (einschließlich Afrika und Naher Osten) wuchs der Umsatz im zweiten Quartal um 2,5 Prozent gegenüber Vorjahr. Das zurückhaltende Konsumklima und die weiterhin rezessive Baukonjunktur in Deutschland bremsten das Wachstum in Europa. Das betriebliche Ergebnis ging gegenüber dem Vorjahr zurück, obwohl sich Deutschland gegenüber dem ersten Quartal 2002 wieder deutlich verbesserte und im zweiten Quartal auf Vorjahresniveau lag. Hauptursachen für den Ergebnisrückgang in Europa waren das generell schwierige Marktumfeld für Markenartikelunternehmen sowie die schwache europäische Automobilkonjunktur.

Der Umsatz in **Nordamerika** ging durch die unverändert schwache Nachfrage in der Elektronikindustrie gegenüber Vorjahr um 3,8 Prozent zurück. Das betriebliche Ergebnis verbesserte sich stark. Hierzu trugen eine zufrieden stellende Automobilkonjunktur, Restrukturierungsmaßnahmen im Unternehmensbereich Henkel Technologies sowie der gute Geschäftsverlauf mit Klebstoffen für Konsumenten und Handwerker bei.



Eckdaten Henkel-Gruppe nach Regionen <sup>1)</sup> 2. Quartal 2002						
Mio Euro	Europa/ Afrika/ Nahe Osten	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Corporate	Konzern
<b>Umsatz April-Juni 2002</b>	<b>1.750</b>	<b>358</b>	<b>112</b>	<b>182</b>	<b>85</b>	<b>2.487</b>
Umsatz April-Juni 2001	1.707	371	126	187	31	2.422
Veränderung in %	2,5	- 3,8	- 11,6	- 1,8	-	2,7
<b>EBIT April-Juni 2002</b>	<b>170</b>	<b>31</b>	<b>3</b>	<b>- 4</b>	<b>- 32</b>	<b>168</b>
EBIT April-Juni 2001	182	16	- 3	- 8	- 36	151
Veränderung in %	- 7,1	88,4	-	-	-	11,5

<sup>1)</sup> Berechnung auf der Basis der Werte in Tausend Euro

Eckdaten Henkel-Gruppe nach Regionen <sup>1)</sup> Januar - Juni 2002						
Mio Euro	Europa/ Afrika/ Nahe Osten	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Corporate	Konzern
<b>Umsatz Januar-Juni 2002</b>	<b>3.459</b>	<b>695</b>	<b>219</b>	<b>359</b>	<b>166</b>	<b>4.898</b>
Umsatz Januar-Juni 2001	3.370	703	241	369	59	4.742
Veränderung in %	2,6	- 1,2	- 9,3	- 2,5	-	3,3
<b>EBIT Januar-Juni 2002</b>	<b>364</b>	<b>31</b>	<b>0</b>	<b>- 10</b>	<b>- 55</b>	<b>330</b>
EBIT Januar-Juni 2001	353	22	- 4	- 18	- 45	308
Veränderung in %	2,8	44,0	-	-	-	7,2

<sup>1)</sup> Berechnung auf der Basis der Werte in Tausend Euro

Um das betriebliche Ergebnis der Regionen zu ermitteln, werden die in der Unternehmenszentrale anfallenden Kosten für internationale Forschung und Entwicklung und die Kosten zur Steuerung der Unternehmensbereiche nach bestimmten Schlüsseln zugeordnet.

Die Vorgehensweise hat sich gegenüber dem ersten Quartal 2002 verändert. Wir haben die Werte aus dem Vorquartal und dem Vorjahr entsprechend angepasst.

Die schwierige wirtschaftliche Situation in **Lateinamerika** mit Währungsabwertungen in Argentinien und Venezuela führte zu einem Umsatzrückgang gegenüber dem Vorjahresquartal von 11,6 Prozent. Das betriebliche Ergebnis verbesserte sich aufgrund guter Quartalszahlen in den Unternehmensbereichen Kosmetik/Körperpflege und Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker.

In **Asien/Pazifik** lag der Umsatz hauptsächlich wegen der schwachen wirtschaftlichen Lage in Japan und der verhaltenen Automobilkonjunktur knapp unter Vorjahresniveau (1,8 Prozent). Das betriebliche Ergebnis zeigte eine Verbesserung, ist aber weiterhin negativ aufgrund der nur langsamen Verbesserung der Markenartikelgeschäfte in China.

## Wichtige Ereignisse

Seit dem 24. Juni 2002 gelten die neuen Streubesitzregeln für die Zusammensetzung des Deutschen Aktienindex (DAX). Für die relevante Marktkapitalisierung von Henkel zählen jetzt nur noch die Vorzugsaktien. Dadurch fiel Henkel vom 18. auf den 22. Platz im DAX-Ranking zurück. Die Zugehörigkeit zum DAX ist nicht gefährdet.

Das Joint Venture Henkel ENAD Algérie hat einen weiteren – und damit den dritten – Waschmittelproduktionsstandort in Algerien übernommen. Henkel ENAD stärkt damit seine Marktführerschaft. Bisher erzielte das Unternehmen einen Umsatz von über 100 Mio Euro pro Jahr und erreichte in diesem Jahr die Gewinnschwelle.

## Mitarbeiter

Am 30. Juni 2002 beschäftigte die Henkel-Gruppe 46.818 Mitarbeiter. Der Anteil der Mitarbeiter außerhalb Deutschlands betrug 76 Prozent.

## Wesentliche Beteiligungen

**Ecolab Inc.**, St. Paul/Minnesota, USA, an der Henkel mit 28,2 Prozent beteiligt ist, erzielte im zweiten Quartal 2002 einen Umsatz von 839,2 Mio US-Dollar. Dies entspricht einem Anstieg von 43 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der deutliche Umsatzzuwachs resultierte aus der Übernahme des Joint Ventures Henkel-Ecolab. Das Stammgeschäft ist um 2 Prozent gewachsen. Das betriebliche Ergebnis konnte dank strikter Kostenkontrolle und Einsparungen aus dem Restrukturierungsprogramm um 22,9 Prozent auf 98,6 Mio US-Dollar gesteigert werden. Das betriebliche Ergebnis war erneut durch Aufwendungen für Restrukturierungs- und Kostensenkungsmaßnahmen in Höhe von 14 Mio US-Dollar belastet. Der Quartalsüberschuss lag mit 51,7 Mio US-Dollar um 7,2 Prozent über dem Vorjahresergebnis.

**The Clorox Company**, Oakland/Kalifornien, USA, an der Henkel mit 27,3 Prozent beteiligt ist, erzielte im Geschäftsjahr 2001/2002 einen Umsatz von 4,1 Mrd US-Dollar. Dies entsprach einem Anstieg von 4,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Beim Umsatzwachstum profitierte Clorox von Produkteinführungen in Nordamerika. Das Ergebnis vor Steuern stieg trotz Sonderabschreibungen in der zweiten Hälfte des Clorox-Geschäftsjahres 2001/2002 um 4,5 Prozent auf 509 Mio US-Dollar. Die Sonderabschreibungen auf Vermögen in Lateinamerika in Höhe von 135 Mio US-Dollar wurden teilweise durch Gewinne aus divestierten Geschäften in Höhe von 33 Mio US-Dollar ausgeglichen.

Im Geschäftsjahr 2001/2002 belief sich der Überschuss auf 322 Mio US-Dollar und lag damit aufgrund höherer Steuerbelastungen auf Höhe des Vorjahres.

## Ausblick

Für die Henkel-Gruppe gehen wir für das Gesamtjahr 2002 von einem Umsatz von knapp 10 Mrd Euro und einer zweistelligen Steigerung des betrieblichen Ergebnisses aus. Das Sonderrestrukturierungsprogramm „Strong for the Future“ wird planmäßig umgesetzt und führt in allen Unternehmensbereichen zu den erwarteten Einsparungen.

# Wasch-/Reinigungsmittel

Umsatz <sup>1)</sup>		
Mio Euro	2. Q	1-6
2001	777	1.536
2002	787	1.575
Veränderung zum Vorjahr	1,3 %	2,5 %

<sup>1)</sup> Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT <sup>1)</sup>		
Mio Euro	2. Q	1-6
2001	67	118
2002	69	135
Veränderung zum Vorjahr	3,6 %	14,7 %

<sup>1)</sup> Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzveränderung		2,5 %
		1-6
aus		
Bestehendem Geschäft		3,0 %
Akquisitionen/Divestments		0,3 %
Währungskurseinfluss		- 0,8 %

Umsatzrendite EBIT		
	2. Q	1-6
2001	8,5 %	7,7 %
2002	8,7 %	8,6 %
Veränderung zum Vorjahr	0,2 pp	0,9 pp

pp = Prozentpunkte

Im zweiten Quartal konnte der Unternehmensbereich **Wasch-/Reinigungsmittel** den Umsatz trotz ungünstiger Marktbedingungen gegenüber dem Vorjahresquartal steigern.

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg im zweiten Quartal um 3,6 Prozent. Belastet wurde es durch erneute Abwertungen in der Türkei in Höhe von 4 Mio Euro. Die EBIT-Rendite lag auf der neuen Rekordmarke von 8,7 Prozent.

In Kontinentaleuropa blieb das Umfeld für Markenartikler schwierig. Wir stellen fest, dass die starken Marken weitere Marktanteile gewinnen, während kleinere Marken mit geringerer Verbraucherloyalität Marktanteile an Handelsmarken verlieren. In Osteuropa legten die Umsätze deutlich zu und wir erzielten weitere Marktanteilsgewinne. Außerhalb Europas zeigten Ägypten, Libanon und Saudi-Arabien hohe Wachstumsraten.

In den beiden Geschäftsfeldern Universalwaschmittel und Spezialwaschmittel lag der Umsatz in etwa auf Höhe des Vorjahresquartals. Erfolgreich entwickelten sich hier vor allem Vernel-Bügelwasser und Black Magic, das die europaweite Segmentführerschaft bei Spezialwaschmitteln für dunkle Wäsche übernehmen konnte. Das dritte Geschäftsfeld Reinigungsmittel legte beim Umsatz zu. Hier ist das Maschinengeschirr-

spülmittel Somat 3in1 der entscheidende Wachstumstreiber. Es gewann in Deutschland die Marktführerschaft zurück.

Im Rahmen des Sonderrestrukturierungsprogramms wurde die Waschmittelproduktion in Herent/Belgien Ende des zweiten Quartals geschlossen. Durch die damit verbundene bessere Auslastung der Kapazitäten in Deutschland und Frankreich werden ab sofort nachhaltige Einsparungen erzielt.

## Ausblick

Um unsere Marktführerschaft in Kontinentaleuropa zu festigen, stärken wir unsere Marken mit umfassenden Werbeaktivitäten. Bei den Universalwaschmitteln erwarten wir eine zusätzliche Umsatzdynamik durch den Relaunch der Marken Persil, Wipp und Le Chat, die speziell bei niedrigen Temperaturen erneut verbesserte Waschergebnisse zeigen.

Für das Gesamtjahr 2002 gehen wir weiterhin von einem Umsatzwachstum in Höhe von 3 bis 4 Prozent und einem Anstieg des betrieblichen Ergebnisses im hohen einstelligen Prozentbereich aus.

# Kosmetik/Körperpflege

Umsatz <sup>1)</sup>		
Mio Euro	2. Q	1–6
<b>2001</b>	<b>553</b>	<b>1.051</b>
<b>2002</b>	<b>565</b>	<b>1.074</b>
Veränderung zum Vorjahr	2,2 %	2,2 %

<sup>1)</sup> Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT <sup>1)</sup>		
Mio Euro	2. Q	1–6
<b>2001</b>	<b>45</b>	<b>76</b>
<b>2002</b>	<b>51</b>	<b>93</b>
Veränderung zum Vorjahr	14,1 %	22,8 %

<sup>1)</sup> Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzveränderung		2,2 %
		1–6
aus		
Bestehendem Geschäft		3,6 %
Akquisitionen/Divestments		– 0,8 %
Währungskurseinfluss		– 0,6 %

Umsatzrendite EBIT		
	2. Q	1–6
<b>2001</b>	<b>8,1 %</b>	<b>7,2 %</b>
<b>2002</b>	<b>9,1 %</b>	<b>8,7 %</b>
Veränderung zum Vorjahr	1,0 pp	1,5 pp

pp = Prozentpunkte

Der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** hatte ein gutes zweites Quartal, in dem das starke Vorjahresquartal noch übertroffen wurde. Das Umsatzplus resultierte aus organischem Wachstum, insbesondere in der Region Europa/Afrika/Naher Osten. Der deutsche Kosmetikmarkt litt allerdings unter der Umsatzschwäche im Einzelhandel. Das Kosmetikgeschäft in Lateinamerika wurde durch die Krisen in Venezuela, Kolumbien und Peru negativ beeinflusst. Die Regionen Nordamerika und Asien/Pazifik verharrten auf dem Niveau des Vorjahres. Besonders gut entwickelte sich das betriebliche Ergebnis, das gegenüber dem Vorjahresquartal um 14,1 Prozent angestiegen ist. Hervorzuheben sind die starken Ergebnissteigerungen in Russland und Frankreich sowie die erfolgreiche Umsetzung des Sonderrestrukturierungsprogramms in China und in den USA.

Das Haarkosmetikgeschäft entwickelte sich weiterhin positiv. Bestimmend für das Wachstum waren die Colorationen. Die Marke Brillance gewann erneut die Marktführerschaft im deutschen Colorationsmarkt. Die Marke Vision konnte in den Niederlanden, Österreich und der Schweiz seit ihrer Einführung zu Jahresbeginn hohe Marktanteilsgewinne verbuchen.

Der Bereich Körperpflege erfüllte die Erwartungen im zweiten Quartal nicht. Die Fa-Duschgele entwickelten sich nicht zufrieden stellend. In Deutschland griffen die Konsumenten verstärkt zu Handelsmarken. Hinzu kam ein verschärfter Wettbewerb in Osteuropa.

Die Umsätze im Hautpflegegeschäft wurden hauptsächlich von der Marke Diadermine getragen. Die Ende letzten Jahres eingeführte Variante Diadermine Lift+ entwickelte sich mit neuen Produkten positiv.

Der Umsatz der Mundhygiene lag auf dem Niveau des Vorjahres. Die Aktivitäten im zweiten Quartal konzentrierten sich auf die Einführung von Theramed Perfect in Deutschland und Österreich.

Das Friseurgeschäft steigerte seinen Umsatz gegenüber Vorjahr. Die Rezeptur der Colorationsmarke Igora Royal wurde überarbeitet, der Relaunch der Haarpflegemarke Bonacure entwickelte sich in allen europäischen Ländern erfolgversprechend.

## Ausblick

In den kommenden Monaten werden wir unsere Marktpositionen mit innovativen Produkten und einem Ausbau der Sortimente weiter stärken. Wir konzentrieren uns dabei auf große Marken. Nach einer bisher schwierigen Marktentwicklung erwarten wir für die zweite Jahreshälfte eine Erholung des europäischen Kosmetikmarktes. Wir gehen für das Gesamtjahr von einer 3- bis 5-prozentigen Umsatzsteigerung und einem zweistelligen Wachstum des betrieblichen Ergebnisses aus. Die projektierten Einsparungen aus dem Sonderrestrukturierungsprogramm konnten erzielt werden.

# Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker

Umsatz <sup>1)</sup>		
Mio Euro	2. Q	1-6
2001	313	630
2002	326	658
Veränderung zum Vorjahr	4,0 %	4,5 %

<sup>1)</sup> Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT <sup>1)</sup>		
Mio Euro	2. Q	1-6
2001	24	58
2002	25	59
Veränderung zum Vorjahr	4,1 %	0,9 %

<sup>1)</sup> Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzveränderung		4,5 %
		1-6
aus		
Bestehendem Geschäft		4,1 %
Akquisitionen/Divestments		0,7 %
Währungskurseinfluss		- 0,3 %

Umsatzrendite EBIT		
	2. Q	1-6
2001	7,7 %	9,2 %
2002	7,4 %	8,9 %
Veränderung zum Vorjahr	- 0,3 pp	- 0,3 pp

pp = Prozentpunkte

Im Unternehmensbereich **Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker** setzte sich im zweiten Quartal 2002 die positive Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahresquartal fort.

Das betriebliche Ergebnis lag leicht über dem Niveau des Vorjahresquartals, ging jedoch deutlich gegenüber dem ersten Quartal 2002 zurück. Die Gründe liegen zum einen in einem enttäuschenden zweiten Quartal in Deutschland und saisonbedingt schwächeren Geschäften in England und Frankreich. Zum anderen profitierte das erste Quartal 2002 von einem Sondereffekt aus dem Verkauf der Markenrechte Bostik in Italien.

Unsere Aktivitäten in Deutschland sind nach wie vor von der rezessiven Baukonjunktur sowie einer rückläufigen Kundenfrequenz und Kaufbereitschaft bei den Großabnehmern im Do-it-yourself-Sektor gekennzeichnet. Die wichtige Produktgruppe der Tapetenkleister litt unter einer rückläufigen Nachfrage, der wir durch eine Reihe von Produktinnovationen begegnen wollen.

Das Geschäft mit den Klebebändern in Nordamerika zeigte eine hohe Wachstumsdynamik. Positiv entwickelten sich auch die Sekundenkleber. Die Situation in Brasilien, die im Jahr 2001 wegen Produktfälschungen noch erhebliche Probleme bereitete, verbesserte sich deutlich.

Die Umsätze mit Rollern zum Korrigieren, Kleben und Markieren sind hinter unseren Erwartungen zurückgeblieben. Die Kunden reagieren deutlich preissensibler als früher.

Bei den Bauklebstoffen wurde die Produktfamilie des Fliesenklebers CM 18 in weiteren Ländern eingeführt. Eine besonders positive Umsatz- und Ergebnisentwicklung ist in der Ukraine, in Rumänien und in Südafrika zu verzeichnen. In Deutschland leiden die Bauklebstoffe weiterhin unter der schwachen Baukonjunktur sowie der schlechten wirtschaftlichen Lage wichtiger Kunden.

## Ausblick

Im zweiten Halbjahr 2002 erwarten wir eine positive Geschäftsentwicklung. Diese wird durch innovative Sortimentserweiterungen bei den Klebebändern und bei Tapetenkleister sowie durch neuartige Produkte im Bereich der Montagekleber und der Zweikomponenten-Klebeknetmassen unterstützt. Für das Gesamtjahr rechnen wir mit einem Umsatzzuwachs von 4 Prozent und einem zweistelligen Anstieg des betrieblichen Ergebnisses. Niedrigere Herstellkosten, rückläufige Rohstoff- und Verpackungspreise sowie die Einsparungen aus dem Sonderrestrukturierungsprogramm werden dazu beitragen, das Ergebnis zu steigern.

# Henkel Technologies

Umsatz <sup>1)</sup>		
Mio Euro	2. Q	1-6
2001	748	1.466
2002	724	1.425
Veränderung zum Vorjahr	- 3,3 %	- 2,8 %

<sup>1)</sup> Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT <sup>1)</sup>		
Mio Euro	2. Q	1-6
2001	51	101
2002	55	98
Veränderung zum Vorjahr	7,0 %	- 3,5 %

<sup>1)</sup> Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzveränderung		- 2,8 %
		1-6
aus		
Bestehendem Geschäft		0,0 %
Akquisitionen/Divestments		- 2,6 %
Währungskurseinfluss		- 0,2 %

Umsatzrendite EBIT		
	2. Q	1-6
2001	6,9 %	6,9 %
2002	7,6 %	6,9 %
Veränderung zum Vorjahr	0,7 pp	0,0 pp

pp = Prozentpunkte

Der Unternehmensbereich **Henkel Technologies** verzeichnete im zweiten Quartal einen Umsatzrückgang im Vergleich zum Vorjahresquartal. Die Gründe hierfür waren die verhaltene Automobilkonjunktur in Europa sowie die schwache Nachfrage im weltweiten Elektronikgeschäft. Gegenüber dem ersten Quartal dieses Jahres wuchs der Umsatz um 3,3 Prozent. Wir erwarten, dass diese Entwicklung auch im Vergleich zum schwachen zweiten Halbjahr 2001 anhalten wird.

Das betriebliche Ergebnis des zweiten Quartals verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahresquartal und lag auch über dem Ergebnis des ersten Quartals 2002. Alle Produktgruppen steigerten ihre Ertragskraft deutlich. Hierzu beigetragen haben eine günstigere Rohstoffsituation, eine verbesserte Kostenstruktur und das Sonderrestrukturierungsprogramm.

Die Industrie- und Verpackungsklebstoffe sind gegenüber dem Vorjahresquartal weiter gewachsen. Das Umsatzwachstum wurde maßgeblich von der Folienkaschierung und der Papier verarbeitenden Industrie getragen.

Das Geschäft mit Konstruktionsklebstoffen verzeichnete im zweiten Quartal gegenüber dem Vorjahr einen Rückgang, vor allem beeinflusst durch die Schwäche im Elektronikgeschäft. Der Umsatz in Asien/Pazifik konnte gesteigert werden.

Das Geschäft der Oberflächentechnik ging im zweiten Quartal aufgrund der abgeschwächten Autoherstellung in Europa zurück. In Asien/Pazifik stieg der Umsatz hauptsächlich wegen höherer Autoherstellung in China sowie Marktanteilsgewinnen im Industriegeschäft.

## Ausblick

Für das Gesamtjahr erwarten wir eine Umsatzsteigerung von rund 3 Prozent gegenüber dem Vorjahr sowie ein zweistelliges Wachstum beim betrieblichen Ergebnis. Wichtige europäische Märkte beurteilen wir weiter kritisch. Wir gehen jedoch von einer stabilen Entwicklung in Nordamerika und einer Erholung in Asien/Pazifik aus. Die Entwicklung des Elektronikgeschäfts lässt sich nur schwer vorhersagen.

Segment-Berichterstattung nach Unternehmensbereichen <sup>1)</sup> 2. Quartal 2002 (fortgeführte Geschäfte)						
Mio Euro	Wasch-/ Reinigungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Kleb- stoffe	Henkel Tech- nologies	Corpo- rate	Konzern
Umsatz April-Juni 2002	787	565	326	724	85	2.487
Veränderung gegenüber Vorjahr	1,3 %	2,2 %	4,0 %	- 3,3 %	-	2,7 %
Anteil am Konzernumsatz	32 %	23 %	13 %	29 %	3 %	100 %
Umsatz April-Juni 2001	777	553	313	748	31	2.422
EBITDA April-Juni 2002	97	74	38	113	- 24	298
EBITDA April-Juni 2001	100	71	42	100	- 35	278
Veränderung gegenüber Vorjahr	- 2,9 %	4,5 %	- 8,3 %	13,2 %	-	7,1 %
Umsatzrendite (EBITDA) April-Juni 2002	12,3 %	13,1 %	11,5 %	15,6 %	-	12,0 %
Umsatzrendite (EBITDA) April-Juni 2001	12,9 %	12,8 %	13,2 %	13,4 %	-	11,5 %
Abschreibungen auf Patente/Lizenzen/Sachanlagevermögen April-Juni 2002	26	14	9	40	8	97
Abschreibungen auf Patente/Lizenzen/Sachanlagevermögen April-Juni 2001	31	13	11	25	1	81
EBITA April-Juni 2002	71	60	29	73	- 32	201
EBITA April-Juni 2001	69	58	31	75	- 36	197
Veränderung gegenüber Vorjahr	2,6 %	3,3 %	- 3,9 %	- 2,2 %	-	2,5 %
Umsatzrendite (EBITA) April-Juni 2002	9,0 %	10,6 %	8,7 %	10,1 %	-	8,1 %
Umsatzrendite (EBITA) April-Juni 2001	8,9 %	10,5 %	9,8 %	10,0 %	-	8,1 %
Geschäftswertabschreibungen April-Juni 2002	2	9	4	18	0	33
Geschäftswertabschreibungen April-Juni 2001	2	13	7	24	0	46
EBIT April-Juni 2002	69	51	25	55	- 32	168
EBIT April-Juni 2001	67	45	24	51	- 36	151
Veränderung gegenüber Vorjahr	3,6 %	14,1 %	4,1 %	7,0 %	-	11,5 %
Umsatzrendite (EBIT) April-Juni 2002	8,7 %	9,1 %	7,7 %	7,6 %	-	6,7 %
Umsatzrendite (EBIT) April-Juni 2001	8,5 %	8,1 %	7,7 %	6,9 %	-	6,2 %
ROCE April-Juni 2002	30,4 %	23,7 %	15,3 %	11,8 %	-	15,5 %
ROCE April-Juni 2001	26,9 %	18,4 %	14,1 %	10,1 %	-	12,3 %
Eingesetztes Kapital April-Juni 2002 <sup>2)</sup>	933	1.015	742	2.476	31	5.197
Eingesetztes Kapital April-Juni 2001 <sup>2)</sup>	1.028	1.264	870	2.945	270	6.377
Veränderung gegenüber Vorjahr	- 9,3 %	- 19,7 %	- 14,7 %	- 16,0 %	-	- 18,5 %
Investitionen (ohne Finanzanlagen) April-Juni 2002	44	11	8	31	5	99
Investitionen (ohne Finanzanlagen) April-Juni 2001	37	15	10	90	1	153
Operatives Bruttovermögen April-Juni 2002	1.696	1.343	921	2.821	444	7.225
Operative Verbindlichkeiten April-Juni 2002	784	534	273	641	411	2.643
Operatives Vermögen April-Juni 2002 <sup>3)</sup>	912	809	648	2.180	33	4.582
Operatives Bruttovermögen April-Juni 2001	1.700	1.551	1.013	3.213	346	7.823
Operative Verbindlichkeiten April-Juni 2001	690	507	256	625	75	2.153
Operatives Vermögen April-Juni 2001 <sup>3)</sup>	1.010	1.044	757	2.588	271	5.670
Forschungs- u. Entwicklungskosten (FuE) April-Juni 2002	17	9	4	28	9	68
FuE in % vom Umsatz	2,1 %	1,6 %	1,3 %	3,9 %	-	2,7 %
Forschungs- u. Entwicklungskosten (FuE) April-Juni 2001	15	8	4	28	11	66
FuE in % vom Umsatz	2,0 %	1,4 %	1,2 %	3,7 %	-	2,7 %

<sup>1)</sup> Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro <sup>2)</sup> mit Goodwill zu Anschaffungskosten <sup>3)</sup> mit Goodwill zu Restbuchwerten

Segment-Berichterstattung nach Unternehmensbereichen <sup>1)</sup> Januar - Juni 2002 (fortgeführte Geschäfte)						
Mio Euro	Wasch-/ Reinigungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Kleb- stoffe	Henkel Tech- nologies	Corpo- rate	Konzern
Umsatz Januar-Juni 2002	1.575	1.074	658	1.425	166	4.898
Veränderung gegenüber Vorjahr	2,5 %	2,2 %	4,5 %	- 2,8 %	-	3,3 %
Anteil am Konzernumsatz	32 %	22 %	14 %	29 %	3 %	100 %
Umsatz Januar-Juni 2001	1.536	1.051	630	1.466	59	4.742
EBITDA Januar-Juni 2002	187	136	84	195	- 34	568
EBITDA Januar-Juni 2001	178	124	92	198	- 39	553
Veränderung gegenüber Vorjahr	5,0%	9,9 %	- 7,1 %	- 1,8 %	-	2,7 %
Umsatzrendite (EBITDA) Januar-Juni 2002	11,9 %	12,7 %	12,8 %	13,7 %	-	11,6 %
Umsatzrendite (EBITDA) Januar-Juni 2001	11,6 %	11,8 %	14,5 %	13,5 %	-	11,6 %
Abschreibungen auf Patente/Lizenzen/Sachanlagevermögen Januar-Juni 2002	48	25	17	59	21	170
Abschreibungen auf Patente/Lizenzen/Sachanlagevermögen Januar-Juni 2001	55	24	21	50	6	156
EBITA Januar-Juni 2002	139	111	67	136	- 55	398
EBITA Januar-Juni 2001	123	100	71	148	- 45	397
Veränderung gegenüber Vorjahr	13,3 %	10,6 %	- 4,6 %	- 8,3 %	-	2,5 %
Umsatzrendite (EBITA) Januar-Juni 2002	8,8 %	10,3 %	10,2 %	9,6 %	-	8,1 %
Umsatzrendite (EBITA) Januar-Juni 2001	8,0 %	9,6 %	11,2 %	10,1 %	-	8,4 %
Geschäftwertabschreibungen Januar-Juni 2002	4	18	8	38	0	68
Geschäftwertabschreibungen Januar-Juni 2001	5	24	13	47	0	89
EBIT Januar-Juni 2002	135	93	59	98	- 55	330
EBIT Januar-Juni 2001	118	76	58	101	- 45	308
Veränderung gegenüber Vorjahr	14,7 %	22,8 %	0,9 %	- 3,5 %	-	7,2 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar-Juni 2002	8,6 %	8,7 %	8,9 %	6,9 %	-	6,7 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar-Juni 2001	7,7 %	7,2 %	9,2 %	6,9 %	-	6,5 %
ROCE Januar-Juni 2002	29,9 %	21,9 %	17,9 %	10,9 %	-	15,0 %
ROCE Januar-Juni 2001	24,1 %	16,1 %	16,2 %	10,3 %	-	12,6 %
Eingesetztes Kapital Januar-Juni 2002 <sup>2)</sup>	932	1.016	750	2.501	132	5.331
Eingesetztes Kapital Januar-Juni 2001 <sup>2)</sup>	1.022	1.244	871	2.871	275	6.283
Veränderung gegenüber Vorjahr	- 8,8 %	- 18,4 %	- 13,9 %	- 12,9 %	-	- 15,1 %
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar-Juni 2002	68	20	16	54	8	166
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar-Juni 2001	56	24	20	127	7	234
Operatives Bruttovermögen Januar-Juni 2002	1.673	1.330	927	2.848	416	7.194
Operative Verbindlichkeiten Januar-Juni 2002	761	515	269	651	282	2.478
Operatives Vermögen Januar-Juni 2002 <sup>3)</sup>	912	815	658	2.197	134	4.716
Operatives Bruttovermögen Januar-Juni 2001	1.665	1.529	1.011	3.149	351	7.705
Operative Verbindlichkeiten Januar-Juni 2001	664	499	249	629	76	2.117
Operatives Vermögen Januar-Juni 2001 <sup>3)</sup>	1.001	1.030	762	2.520	275	5.588
Forschungs- u. Entwicklungskosten (FuE) Januar-Juni 2002	34	18	8	56	19	135
FuE in % vom Umsatz	2,2 %	1,6 %	1,3 %	4,0 %	-	2,8 %
Forschungs- u. Entwicklungskosten (FuE) Januar-Juni 2001	31	16	7	56	21	131
FuE in % vom Umsatz	2,0 %	1,5 %	1,1 %	3,8 %	-	2,8 %

<sup>1)</sup> Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro <sup>2)</sup> mit Goodwill zu Anschaffungskosten <sup>3)</sup> mit Goodwill zu Restbuchwerten

Gewinn- und Verlustrechnung					
Mio Euro	Jan.-Juni 2001 veröffentl.	Jan.-Juni 2001 vergleichb.	Jan.-Juni 2002	Veränderung in % zum VJ <sup>1)</sup> zum VJ vergl. <sup>1)</sup>	
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>6.685</b>	<b>4.742</b>	<b>4.898</b>	<b>- 26,7</b>	<b>3,3</b>
Kosten der umgesetzten Leistungen	3.650	2.440	2.603	28,7	- 6,7
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>3.035</b>	<b>2.302</b>	<b>2.295</b>	<b>- 24,4</b>	<b>- 0,3</b>
Marketing- und Vertriebskosten	1.874	1.478	1.499	20,0	- 1,4
Forschungs- und Entwicklungskosten	178	131	135	24,2	- 3,1
Verwaltungskosten	388	268	266	31,4	0,7
Sonstige betriebliche Erträge	78	65	51	- 34,6	- 21,5
Sonstige betriebliche Aufwendungen	77	74	34	55,8	54,1
Geschäftswertabschreibungen	94	89	68	27,7	23,6
Aufwendungen für Restrukturierungen	39	19	14	64,1	26,3
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>463</b>	<b>308</b>	<b>330</b>	<b>- 28,7</b>	<b>7,2</b>
Beteiligungsergebnis	111	-	70	- 36,9	-
Zinsergebnis	- 154	-	- 74	51,9	-
<b>Finanzergebnis</b>	<b>- 43</b>	<b>-</b>	<b>- 4</b>	<b>90,7</b>	<b>-</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>420</b>	<b>-</b>	<b>326</b>	<b>- 22,4</b>	<b>-</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	- 160	-	- 119	25,6	-
<b>Halbjahresüberschuss</b>	<b>260</b>	<b>-</b>	<b>207</b>	<b>- 20,4</b>	<b>-</b>
Halbjahresüberschuss nach Fremddanteilen	244	-	208	- 14,8	-
Ergebnis je Aktie (Euro)	1,69	-	1,45	- 14,2	-

<sup>1)</sup> Vorzeichen orientieren sich an der Auswirkung auf das Ergebnis

Bilanz					
Mio Euro	31.12.2001	%	30.6.2002	%	
Immaterielle Vermögenswerte/Sachanlagen	3.868		3.574		
Finanzanlagen	1.622		1.554		
<b>Anlagevermögen</b>	<b>5.490</b>	<b>58,6</b>	<b>5.128</b>		<b>57,8</b>
Vorräte	1.081		1.053		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.591		1.661		
Andere Forderungen und Sonstige Aktiva	467		445		
Flüssige Mittel/Wertpapiere	421		308		
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>3.560</b>	<b>38,0</b>	<b>3.467</b>		<b>39,1</b>
<b>Latente Steueransprüche</b>	<b>315</b>	<b>3,4</b>	<b>276</b>		<b>3,1</b>
<b>Aktiva insgesamt</b>	<b>9.365</b>	<b>100,0</b>	<b>8.871</b>		<b>100,0</b>
<b>Eigenkapital ohne Fremddanteile</b>	<b>3.518</b>		<b>3.214</b>		
Ausgleichsposten für Anteile Fremder	86		76		
<b>Eigenkapital mit Fremddanteilen</b>	<b>3.604</b>	<b>38,5</b>	<b>3.290</b>		<b>37,1</b>
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.641		1.644		
Andere Rückstellungen	1.274		1.235		
Latente Steuerrückstellungen	202		194		
<b>Rückstellungen</b>	<b>3.117</b>	<b>33,3</b>	<b>3.073</b>		<b>34,6</b>
Finanzschulden	1.210		1.124		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	937		853		
Andere Verbindlichkeiten	497		531		
<b>Verbindlichkeiten</b>	<b>2.644</b>	<b>28,2</b>	<b>2.508</b>		<b>28,3</b>
<b>Passiva insgesamt</b>	<b>9.365</b>	<b>100,0</b>	<b>8.871</b>		<b>100,0</b>

Kapitalflussrechnung		
Mio Euro	Jan.-Juni 2001	Jan.-Juni 2002
<b>Betriebliches Ergebnis / EBIT</b>	<b>463</b>	<b>330</b>
Ausgaben Ertragsteuern	- 147	- 98
Abschreibungen Anlagevermögen (ohne Finanzanlagen)	331	238
Gewinne aus Anlageabgängen (ohne Finanzanlagen)	- 33	- 11
Veränderung der Vorräte	- 58	- 9
Veränderungen der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	- 137	- 142
Veränderungen der Verbindlichkeiten und Rückstellungen	86	56
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>505</b>	<b>364</b>
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit/Akquisitionstätigkeit<sup>1)</sup></b>	<b>- 258</b>	<b>- 172</b>
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit<sup>2)</sup></b>	<b>- 231</b>	<b>- 298</b>
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes</b>	<b>16</b>	<b>-106</b>
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	7	- 7
<b>Veränderung Flüssige Mittel/Wertpapiere</b>	<b>23</b>	<b>- 113</b>
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 1.1.	155	421
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 30.6.	178	308
<sup>1)</sup> Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	- 9	- 12
Investitionen in Sachanlagen	- 219	- 138
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	- 110	- 49
Erlöse aus Anlageabgängen	80	27
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit/Akquisitionstätigkeit</b>	<b>- 258</b>	<b>- 172</b>
<sup>2)</sup> Dividenden Henkel KGaA	- 157	- 156
Dividenden Tochterunternehmen (an andere Gesellschafter)	- 9	- 5
Zins- und Dividendeneinnahmen	99	76
Zinsausgaben	- 146	- 94
<b>Dividenden- und Zinsergebnis</b>	<b>- 213</b>	<b>- 179</b>
Veränderung der Finanzschulden	10	- 65
Rückkauf eigener Aktien	- 34	- 51
Sonstige Finanzierungsvorgänge	6	- 3
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>- 231</b>	<b>- 298</b>
<b>Netto Cashflow</b>	<b>34</b>	<b>13</b>
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	110	49
<b>Free Cashflow</b>	<b>144</b>	<b>62</b>

# Kommentare G + V, Bilanz, Kapitalflussrechnung

## Gewinn- und Verlustrechnung

Die Bruttomarge verringerte sich um 1,7 Prozentpunkte im Vergleich zum ersten Halbjahr 2001. Dies ist auf einen veränderten Produktmix sowie auf höhere Abschreibungen im Zusammenhang mit Restrukturierungsmaßnahmen zurückzuführen.

Die sonstigen betrieblichen Erträge verringerten sich um 14 Mio Euro. Im ersten Halbjahr 2001 waren Gewinne in Höhe von 24 Mio Euro aus der Veräußerung von Immobilienvermögen und im ersten Halbjahr 2002 Erträge von 10 Mio Euro aus dem Verkauf der Markenrechte Bostik in Italien und des Lederfaserstoffgeschäfts von Dorus in Deutschland enthalten.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen reduzierten sich um 40 Mio Euro gegenüber Vorjahr. Der Grund für die höheren Aufwendungen im ersten Halbjahr 2001 waren Währungskursverluste in Höhe von 28 Mio Euro aus der Abwertung der türkischen Lira.

Das Finanzergebnis verbesserte sich um 39 Mio Euro im Vergleich zum Vorjahr. Im ersten Halbjahr 2001 ist im Beteiligungsergebnis ein Einmalsertrag aus dem Verkauf der Beteiligung an San Nopco, Japan, in Höhe von 24 Mio Euro enthalten. Im ersten Halbjahr 2002 belasteten Sondereffekte von Clorox mit 18 Mio Euro den Beteiligungsertrag, da Clorox seine Geschäfte in Lateinamerika restrukturiert hat. Zudem haben wir im Finanzergebnis Beteiligungen an einigen Gesellschaften im Bereich New Business abgeschrieben. Demgegenüber hat sich das Zinsergebnis um 80 Mio Euro auf -74 Mio Euro verbessert. Grund hierfür war der Abbau der Finanzschulden Ende 2001.

## Bilanz

Die Währungsparitäten (Stichtagskurse) haben sich verschoben, speziell der Euro gegen den US-Dollar. Dies beeinflusste die Bilanzsumme, die zum 30. Juni 2002 um 5 Prozent unter dem Wert vom 31. Dezember 2001 lag. Zwei Drittel des Rückgangs waren währungsbedingt (309 Mio Euro). Davon entfallen auf das Anlagevermögen 277 Mio Euro.

In den Finanzanlagen sind die Zugänge aus der At-Equity-Bewertung sowie Beteiligungszugänge an der erworbenen Gesellschaft im Iran, Pakvash, enthalten.

Die Forderungen und Sonstigen Vermögenswerte stiegen um 48 Mio Euro (2 Prozent) und entwickelten sich nahezu proportional zum Umsatzwachstum der fortgeführten Geschäfte.

Wir haben unsere Vorräte um 28 Mio Euro (3 Prozent) abgebaut.

Auf der Passivseite verminderte sich das Eigenkapital mit Fremdanteilen um 314 Mio Euro. Die wesentlichen Ursachen für diesen Rückgang waren:

- Rückkauf eigener Wertpapiere für das Aktienoptionsprogramm (-51 Mio Euro),
- Ausschüttungen an die Aktionäre und Minderheitsgesellschafter (-161 Mio Euro),
- erfolgsneutrale Bewertungen von Derivaten und eigenkapitalähnlichen Darlehen (-98 Mio Euro) und
- Kursverluste von -132 Mio Euro.

Dem steht ein Halbjahresüberschuss von 207 Mio Euro gegenüber.

Durch den Abbau unserer Bankverbindlichkeiten verminderten wir die Finanzschulden um 86 Mio Euro.

## Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung für das erste Halbjahr 2002 kann nur bedingt mit dem Vorjahr verglichen werden. Im ersten Halbjahr 2001 waren Cognis und Henkel-Ecolab noch in der Kapitalflussrechnung enthalten. Diese Geschäfte haben wir Ende 2001 verkauft.

Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** betrug 364 Mio Euro und lag damit um 141 Mio Euro unter dem Vorjahreswert. Der Rückgang bei den Abschreibungen ist vornehmlich auf die divestierten Geschäfte zurückzuführen. Die Gewinne aus den Anlageabgängen sanken im Vergleich zum Vorjahr, da im Jahr 2001 Erträge in Höhe von 24 Mio Euro aus dem Verkauf von Immobilien bei der Henkel KGaA ausgewiesen wurden. Im ersten Halbjahr 2002 sind die Gewinne aus dem Markenverkauf von Bostik mit 6 Mio Euro enthalten. Aus der Veränderung des Nettoum-

laufvermögens ergab sich ein Plus von 14 Mio Euro. Dieser Zuwachs im Cashflow wurde im Wesentlichen durch eine positive Entwicklung im Vorratsvermögen erreicht.

Der **Cashflow aus Investitions-/Akquisitionstätigkeit** betrug -172 Mio Euro und lag damit um 86 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Hierfür waren niedrigere Akquisitionsausgaben verantwortlich. Im Vorjahr erwarben wir unter anderem die Gesellschaften Atofina und Vagnone & Boeri. 2002 beteiligten wir uns im Iran an dem Unternehmen Pakvash; zudem erwarb Henkel ENAD Algérie eine weitere Produktionsstätte. Auf Basis der fortgeführten Geschäfte lagen die Investitionsausgaben auf dem Niveau des Vorjahres.

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** ging um 67 Mio Euro auf -298 Mio Euro zurück. Die Hauptgründe hierfür waren der Abbau der Finanzschulden und der Rückkauf eigener Aktien für das Aktienoptionsprogramm. Gleichzeitig verringerten sich die Zinsausgaben bedingt durch niedrigere Finanzschulden aufgrund der divestierten Geschäfte.

## **Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden**

Der Quartalsbericht der Henkel-Gruppe wurde wie der Jahresabschluss nach den Richtlinien des International Accounting Standards Board (IASB), London, erstellt. Es gelten die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze wie für den Jahresabschluss 2001. Die Erläuterungen im Anhang zum Jahresabschluss gelten daher sinngemäß.

In dieser Information enthaltene zukunftsbezogene Aussagen wurden nach bestem Wissen und Gewissen getroffen. Die von der Henkel KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse können jedoch von diesen zukunftsbezogenen Aussagen wesentlich abweichen und werden von einer Reihe wettbewerblicher und ökonomischer Faktoren abhängen, die zum Teil außerhalb des Einflussbereichs der Henkel KGaA liegen.

**Weitere Informationen zu diesem Aktionärsbrief**

Postanschrift:  
Henkel KGaA  
40191 Düsseldorf, Deutschland

Investor Relations  
Telefon: 02 11-7 97-39 37  
Fax: 02 11-7 98-28 63  
E-Mail: magdalena.moll@henkel.com  
E-Mail: waltraud.mueller@henkel.com

Corporate Communications  
Telefon: 02 11-7 97-35 33  
Fax: 02 11-7 98-24 84  
E-Mail: ernst.primosch@henkel.com

Mat.-Nr.: 4699599

**Termine**

Veröffentlichung des Berichts über  
das 3. Quartal 2002:  
Freitag, den 8. November 2002

Herbstpressekonferenz und Analysten-  
treffen:  
Freitag, den 8. November 2002

Bilanzpressekonferenz und Analysten-  
treffen:  
Mittwoch, den 5. März 2003

Hauptversammlung der Henkel KGaA:  
Montag, den 14. April 2003

Weitere Detailangaben zu den Quartals-  
zahlen finden Sie im Internet unter:  
[www.ir.henkel.de](http://www.ir.henkel.de)

Henkel im Internet: [www.henkel.de](http://www.henkel.de)

