

Informationen an unsere Aktionäre

3.Q

Juli – September 2006

Welt der Innovationen



Qualität von

Henkel

Henkel

A Brand like a friend

Kennzahlen Henkel Konzern

in Mio. Euro

	3. Q/2005	3. Q/2006	Veränderung ¹⁾	1 – 9/2005	1 – 9/2006	Veränderung ¹⁾
Umsatz	3.140	3.260	3,8 %	8.886	9.538	7,3 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	300	321	7,0 %	861	975	13,3 %
Wasch-/Reinigungsmittel	109	125	14,2 %	319	347	8,8 %
Kosmetik/Körperpflege	80	89	13,7 %	232	258	11,6 %
Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker	54	65	18,0 %	141	159	12,3 %
Henkel Technologies	86	74	-14,1 %	256	301	17,9 %
Umsatzrendite (EBIT) in %	9,5	9,8	0,3 pp	9,7	10,2	0,5 pp
Ergebnis vor Steuern	267	298	11,6 %	764	891	16,6 %
Quartals-/Dreivierteljahresüberschuss	199	217	9,0 %	568	650	14,4 %
Quartals-/Dreivierteljahresüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter	195	211	8,1 %	556	635	14,1 %
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,36	1,47	7,9 %	3,90	4,44	13,9 %
Ergebnis je Stammaktie in Euro	1,35	1,46	7,9 %	3,86	4,40	13,9 %
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in %	13,5	14,4	0,9 pp	13,1	14,5	1,4 pp
Investitionen in Sachanlagen	99	102	3,0 %	272	283	4,0 %
Forschungs- und Entwicklungskosten	81	87	7,4 %	235	254	8,0 %
Anzahl der Mitarbeiter (30. September)	51.857	52.327	0,9 %	51.857	52.327	0,9 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

pp = Prozentpunkte

Inhalt

03 Highlights 3. Quartal 2006	08 Regionale Entwicklung
04 Geschäftsverlauf im 3. Quartal 2006	10 Wasch-/Reinigungsmittel
04 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	11 Kosmetik/Körperpflege
04 Geschäftsverlauf	12 Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker
04 Umsatz und Ergebnis	13 Henkel Technologies
06 Akquisitionen und Divestments	14 Konzernabschluss
06 Investitionen	14 Konzern-Segment-Berichterstattung
06 Forschung und Entwicklung	16 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
06 Mitarbeiter	18 Konzernbilanz
06 Wesentliche Beteiligung	18 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
06 Die Aktie	20 Konzern-Kapitalflussrechnung
07 Aktuelles	22 Erläuternde Zusatzangaben
07 Ausblick	23 Impressum/Finanzkalender
07 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	
07 Umsatz- und Ergebnisprognose 2006	

Highlights 3. Quartal 2006

Finanzdaten

Umsatz:
plus 3,8 Prozent, erneut starkes organisches
Wachstum von 5,6 Prozent

Betriebliches Ergebnis (EBIT):
plus 7,0 Prozent

Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS):
plus 7,9 Prozent

Wichtige Entwicklungen

Jahr der Innovationen zahlt sich weiterhin aus:
Alle Unternehmensbereiche setzen sehr erfreu-
liches organisches Umsatzwachstum fort

Wachstumsdynamik in Westeuropa einschließ-
lich Deutschland fortgesetzt, zweistelliges Um-
satzwachstum in Lateinamerika, Osteuropa und
Asien/Pazifik (bereinigt um Wechselkurseffekte)

Henkel Technologies setzte die Reinvestition
der Veräußerungsgewinne fort

Nettoumlaufvermögen in Prozent vom Umsatz
um 3,5 Prozentpunkte auf 14,6 Prozent
verbessert

Innovationen



Persil Naturals

Das Universalwaschmittel vereint eine hohe Waschkraft mit der Frische natürlicher Substanzen



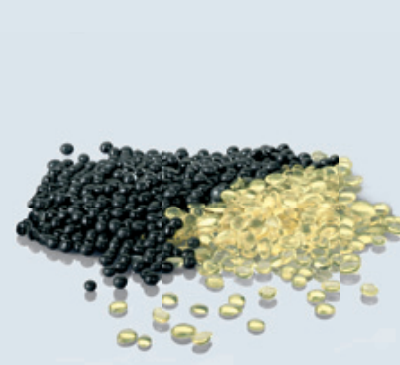
Diadem Ansatzset

Schnelle und effektive Kaschierung nachwachsender Haaransätze mit einer dauerhaften Coloration



Ceresit Microgranulat
Fliesenkleber Flex plus

Reduziert die Staubbildung um bis zu 90 Prozent gegenüber herkömmlichen Pulver-Fliesenklebern



Macromelt OM 657

Polyamid-Schmelzklebstoff zur Ummantelung von elektronischen Bauteilen

Geschäftsverlauf im 3. Quartal 2006

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Im 3. Quartal schwächte sich das Wachstum der Weltwirtschaft nur wenig ab – gemessen an der Entwicklung der nationalen Bruttoinlandsprodukte. Im Wachstum lagen die USA noch leicht vor Europa. Deutschland verzeichnete erneut einen Anstieg des Wachstums. In den anderen Regionen der Welt setzte sich das hohe Wirtschaftswachstum nahezu unverändert fort.

In Europa erholte sich der private Konsum leicht, während dessen Wachstum in den USA leicht zurückging.

Als eine wichtige Wachstumsstütze erwies sich erneut die Industrie. Dabei beschleunigte sich die Industrieproduktion in den USA leicht, während sie in Europa geringfügig nachließ. Weiterhin stark positiv blieb die Entwicklung in Asien und Lateinamerika.

In der Betrachtung nach Branchen wuchs vor allem die Elektronik, besonders in Asien und den USA. Allerdings ließ das Wachstumstempo zuletzt bei den Halbleitern nach. Die Metallbe- und -verarbeitung sowie der Maschinenbau setzten ihre positive Entwicklung fort. Der Automobilsektor zeigte sich uneinheitlich. In den USA sank die Produktion nochmals leicht, in Europa stieg sie erneut geringfügig und in den meisten Schwellenländern nahm sie stark zu. Der Bausektor gehörte in vielen Regionen zu den Wachstumsträgern. Asien erlebte einen Bauboom, aber auch in Europa und in Deutschland kam die Baubranche besser voran als in den Vorjahren.

Geschäftsverlauf

Umsatz und Ergebnis

Der Umsatz des Henkel Konzerns lag im 3. Quartal 2006 bei 3.260 Mio. Euro. Der Anstieg gegenüber dem Vorjahreswert betrug 3,8 Prozent. Bereinigt um Wechselkurseffekte stieg der Umsatz um 5,8 Prozent. Das organische Wachstum betrug, bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, sehr erfreuliche 5,6 Prozent und übertraf erneut deutlich unseren Zielkorridor von 3 bis 4 Prozent für das Gesamtjahr. Hierin spiegelte sich die Dynamik unserer Wachstumsregionen ebenso wider wie die verbesserte Entwicklung Westeuropas einschließlich Deutschlands. Zudem profitierten wir von der fortgesetzten Neueinführung innovativer Produkte und von durchgesetzten Preiserhöhungen.

Alle Unternehmensbereiche trugen zum organischen Wachstum bei. Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel erzielte ein organisches Wachstum von 3,8 Prozent, Kosmetik/Körperpflege erreichte ein Plus von 3,0 Prozent. Noch stärker entwickelten sich die Unternehmensbereiche Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker (plus 7,9 Prozent) und Henkel Technologies (plus 9,3 Prozent).

Die Bruttomarge verbesserte sich gegenüber dem Vorjahresquartal deutlich um 1,1 Prozentpunkte auf 46,2 Prozent und lag ebenfalls um 0,3 Prozentpunkte über dem Niveau der beiden Vorquartale 2006. Die Marketing- und Vertriebskosten stiegen um 5,7 Prozent an, während sich die Forschungs- und Entwicklungskosten um 7,4 Prozent erhöhten. Die Verwaltungskosten lagen um 7,1 Prozent über dem Wert des Vorjahresquartals. Der Saldo aus sonstigen betrieblichen Erträgen und

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2006	3.260	9.538
2005	3.140	8.886
Veränderung zum Vorjahr	3,8 %	7,3 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2006	321	975
2005	300	861
Veränderung zum Vorjahr	7,0 %	13,3 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	8,1 %	12,1 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Quartalsüberschuss nach Anteilen Fremder in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2006	211	635
2005	195	556
Veränderung zum Vorjahr	8,1 %	14,1 %

Aufwendungen stieg leicht um 4 Mio. Euro. Die Aufwendungen für Restrukturierungen erhöhten sich um 6 Mio. Euro auf 12 Mio. Euro. Dies war hauptsächlich auf die fortgesetzte Reinvestition der im 2. Quartal angefallenen Erträge aus dem Verkauf des Isolierglasgeschäfts und des Gummi-Metall-Haftmittel-Geschäfts zurückzuführen.

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) wuchs um 7,0 Prozent und lag bei 321 Mio. Euro, wozu alle Unternehmensbereiche mit Ausnahme von Henkel Technologies beitrugen. Ohne die Reinvestitionen wäre aber auch das betriebliche Ergebnis des Unternehmensbereichs

Umsatzveränderung

	3. Q	1 – 9
Veränderung zum Vorjahr	3,8 %	7,3 %
Wechselkurseffekte	-2,0 %	0,9 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	5,8 %	6,4 %
Akquisitionen/Divestments	0,2 %	0,6 %
organisch	5,6 %	5,8 %

Umsatzrendite (EBIT)

	3. Q	1 – 9
2006	9,8 %	10,2 %
2005	9,5 %	9,7 %
Veränderung zum Vorjahr	0,3 pp	0,5 pp

pp = Prozentpunkte

Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro

	3. Q	1 – 9
2006	1,47	4,44
2005	1,36	3,90
Veränderung zum Vorjahr	7,9 %	13,9 %

Henkel Technologies um etwa 5 Prozent angestiegen. Bereinigt um Wechselkurseffekte lag der Anstieg des EBIT für den Konzern bei 8,1 Prozent.

Die Umsatzrendite (EBIT) lag mit 9,8 Prozent um 0,3 Prozentpunkte über dem Niveau des Vorjahresquartals. Bereinigt um die Reinvestitionen hätte der Anstieg mehr als 0,8 Prozentpunkte betragen. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) verbesserte sich um 0,9 Prozentpunkte auf 14,4 Prozent.

Das Beteiligungsergebnis ging auf 13 Mio. Euro zurück. Dies lag an der Wertminderung unserer Beteiligung an der Lion Corporation, Japan. Im Gegensatz

dazu verbesserte sich das Zinsergebnis um 23 Mio. Euro auf -36 Mio. Euro. Dies ist vor allem auf die erstmaligen Erträge aus dem Fondsvermögen zurückzuführen, in dem die deutschen Pensionsgelder verwaltet werden. Insgesamt verbesserte sich das Finanzergebnis von -33 Mio. Euro auf -23 Mio. Euro. Die Steuerquote lag bei 27,2 Prozent. Der Quartalsüberschuss stieg um 9,0 Prozent auf 217 Mio. Euro. Nach Anteilen anderer Gesellschafter in Höhe von 6 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 211 Mio. Euro (+8,1 Prozent). Das Ergebnis je Vorzugsaktie stieg um 7,9 Prozent auf 1,47 Euro. Bereinigt um die Reinvestitionen hätte der Anstieg etwa 14 Prozent betragen.

Akquisitionen und Divestments

Zum 6. Juli 2006 übernahm Henkel 100 Prozent der Anteile an Jasminal S.A.R.L., Sfax, Tunesien. Jasminal S.A.R.L. ist hauptsächlich im Bereich Haarkosmetik und Körperpflege tätig. Ein kleinerer Teil des Umsatzes entfällt auf Insektizide und Lufterfrischer.

Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen bestehender Geschäfte betragen 102 Mio. Euro, nach 99 Mio. Euro im Vorjahresquartal. In Immaterielle Vermögenswerte wurden 18 Mio. Euro investiert (Vorjahr: 12 Mio. Euro).

Forschung und Entwicklung

Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung stiegen um 7,4 Prozent und lagen bei 87 Mio. Euro. Dies entspricht einem Anteil von 2,7 Prozent am Umsatz.

Mitarbeiter

Am 30. September 2006 beschäftigte der Henkel Konzern 52.327 Mitarbeiter. Dies ist ein leichter Anstieg gegenüber den 51.857 Mitarbeitern am 30. September 2005. Der Anteil der Mitarbeiter außerhalb Deutschlands betrug unverändert 80 Prozent.

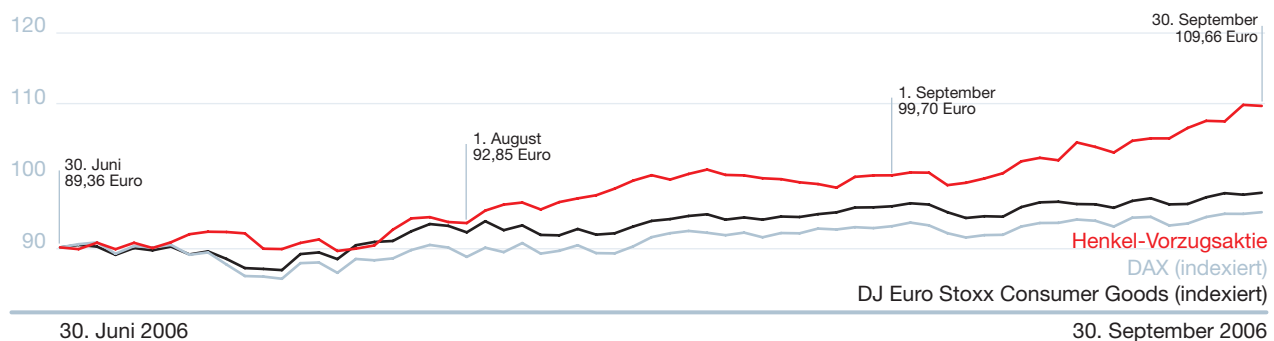
Wesentliche Beteiligung

Henkel ist mit 28,9 Prozent an Ecolab Inc., St. Paul, Minnesota, USA, beteiligt. Ecolab Inc. erzielte im 3. Quartal 2006 einen Umsatz von 1.279 Mio. US-Dollar und damit einen Anstieg von 9,8 Prozent. Der Quartalsüberschuss stieg gegenüber dem Vorjahresquartal um 12,7 Prozent auf 110,4 Mio. US-Dollar. Der Marktwert der Ecolab-Beteiligung betrug zum 30. September 2006 rund 2,5 Mrd. Euro.

Die Aktie

Die im Deutschen Aktienindex (DAX) enthaltene Henkel-Vorzugsaktie stieg gegenüber dem Schlusskurs des 2. Quartals 2006 um 22,7 Prozent von 89,36 Euro auf

Performance-Vergleich 3. Quartal 2006 in Euro



109,66 Euro. Damit entwickelte sich die Henkel-Vorzugsaktie deutlich besser als der DAX bzw. der Branchenindex Dow Jones Euro Stoxx Consumer Goods, die um 5,6 Prozent bzw. 8,8 Prozent zulegen.

@ Den Geschäftsbericht, unsere Quartalsberichte, aktuelle Daten zu den Henkel-Aktien sowie Nachrichten, Finanzberichte und Präsentationen zum Unternehmen finden Sie auf der Investor-Relations-Internetseite www.ir.henkel.de.

Aktuelles

Anfang September hat Henkel den Startschuss für die Henkel Innovation Trophy gegeben. Mit diesem neuen Erfinder-Wettbewerb im Jahr der Innovationen lädt Henkel weltweit alle unabhängigen Erfinder ein, ihre kreativen Ideen einzureichen.

Ausblick

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Wir gehen davon aus, dass sich unsere Märkte weiter positiv entwickeln werden. An den Rohstoffmärkten steigen die Preise weniger dynamisch, wir sehen aber noch keine nachhaltige Entspannung. Dementsprechend gehen wir bei den Rohstoff- und Verpackungspreisen nach wie vor von einem leichten Anstieg aus. Auf diese Entwicklung werden wir weiterhin mit Preiserhöhungen reagieren. Die wie geplant durchgeführten Restrukturierungsmaßnahmen entlasten unsere Kostenseite zusätzlich.

Umsatz- und Ergebnisprognose 2006

Wir wollen wieder stärker wachsen als unsere Märkte. Wir erwarten aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung im Jahr 2006 ein organisches Umsatzwachstum von etwa 5 Prozent.

Für das betriebliche Ergebnis (EBIT) erwarten wir einen Zuwachs, bereinigt um Wechselkurseffekte, von etwa 10 Prozent.

Für das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) erwarten wir eine Steigerung von ebenfalls etwa 10 Prozent.

Regionale Entwicklung

Eckdaten Henkel nach Regionen¹⁾ 3. Quartal 2006 in Mio. Euro

Regionen	Europa/ Afrika/ Nahost	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz Juli – September 2006	2.063	709	166	262	60	3.260
Umsatz Juli – September 2005	1.916	772	151	241	60	3.140
Veränderung zum Vorjahr	7,7 %	-8,2 %	10,3 %	8,7 %	-	3,8 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	8,7 %	-4,7 %	14,1 %	12,6 %	-	5,8 %
Anteil am Konzernumsatz Juli – September 2006	63 %	22 %	5 %	8 %	2 %	100 %
Anteil am Konzernumsatz Juli – September 2005	61 %	24 %	5 %	8 %	2 %	100 %
EBIT Juli – September 2006	235	96	8	14	-32	321
EBIT Juli – September 2005	203	107	8	11	-29	300
Veränderung zum Vorjahr	16,1 %	-10,6 %	16,6 %	13,6 %	-	7,0 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	16,7 %	-7,6 %	23,3 %	17,0 %	-	8,1 %
Umsatzrendite (EBIT) Juli – September 2006	11,4 %	13,6 %	5,1 %	4,9 %	-	9,8 %
Umsatzrendite (EBIT) Juli – September 2005	10,6 %	13,9 %	4,9 %	4,7 %	-	9,5 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Eckdaten Henkel nach Regionen¹⁾ Januar – September 2006 in Mio. Euro

Regionen	Europa/ Afrika/ Nahost	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz Januar – September 2006	5.997	2.093	491	774	183	9.538
Umsatz Januar – September 2005	5.578	2.034	416	680	178	8.886
Veränderung zum Vorjahr	7,5 %	2,9 %	18,2 %	13,8 %	-	7,3 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	7,3 %	0,9 %	13,0 %	12,4 %	-	6,4 %
Anteil am Konzernumsatz Januar – September 2006	63 %	22 %	5 %	8 %	2 %	100 %
Anteil am Konzernumsatz Januar – September 2005	63 %	23 %	5 %	7 %	2 %	100 %
EBIT Januar – September 2006	736	258	31	40	-90	975
EBIT Januar – September 2005	639	253	21	35	-87	861
Veränderung zum Vorjahr	15,3 %	2,0 %	52,6 %	12,8 %	-	13,3 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	14,9 %	-	41,8 %	7,3 %	-	12,1 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – September 2006	12,3 %	12,3 %	6,4 %	5,1 %	-	10,2 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – September 2005	11,4 %	12,4 %	5,0 %	5,2 %	-	9,7 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

In der Region **Europa/Afrika/Nahost** stieg unser Umsatz um 7,7 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Plus 8,7 Prozent. Alle Unternehmensbereiche steigerten ihren Umsatz. In Osteuropa wuchs der Umsatz erneut zweistellig. In Westeuropa und in Deutschland verzeichneten wir ein erfreuliches Umsatzplus. Das betriebliche Ergebnis (EBIT) der Region Europa/Afrika/Nahost wuchs um 16,1 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 16,7 Prozent. Die Umsatzrendite stieg um 0,8 Prozentpunkte auf 11,4 Prozent.

In der Region **Nordamerika** ging der Umsatz um 8,2 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 4,7 Prozent, zurück. Während im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel die Umsätze aus dem veräußerten Dial-Nahrungsmittelgeschäft entfielen, erhöhte sich der Umsatz im Bereich Kosmetik/Körperpflege aufgrund der von Gillette übernommenen Deo-Marken. Zudem war das Vorjahresquartal bei den Waschmitteln und der Kosmetik durch vorgezogene Bestellungen unserer Kunden aufgrund der kommunizierten Umstellung der IT-Systeme von Dial positiv beeinflusst. Dementsprechend verminderte sich das betriebliche Ergebnis der Region Nordamerika um 10,6 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 7,6 Prozent. Die Umsatzrendite ging um 0,3 Prozentpunkte auf 13,6 Prozent zurück.

Der Umsatz in der Region **Lateinamerika** stieg um 10,3 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 14,1 Prozent. Hier erzielten die Unternehmensbereiche Kosmetik/Körperpflege, Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie Henkel Technologies jeweils einen Umsatzanstieg im zweistelligen Prozentbereich. Das betriebliche Ergebnis der Region Lateinamerika stieg um 16,6 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 23,3 Prozent. Die Umsatzrendite stieg um 0,2 Prozentpunkte auf 5,1 Prozent.

In der Region **Asien/Pazifik** lag der Umsatz um 8,7 Prozent über dem Vorjahresquartal, bereinigt um Wechselkurseffekte stieg der Umsatz um 12,6 Prozent. Das Wachstum stammte vor allem aus den Unternehmensbereichen Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie Henkel Technologies. Das betriebliche Ergebnis der Region Asien/Pazifik stieg um 13,6 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 17,0 Prozent. Die Umsatzrendite lag mit 4,9 Prozent um 0,2 Prozentpunkte über dem Niveau des Vorjahresquartals.

Wasch-/Reinigungsmittel

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2006	1.050	3.085
2005	1.086	3.055
Veränderung zum Vorjahr	-3,4 %	1,0 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2006	125	347
2005	109	319
Veränderung zum Vorjahr	14,2 %	8,8 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	16,1 %	8,1 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Das organische Umsatzwachstum im Unternehmensbereich **Wasch-/Reinigungsmittel** betrug erfreuliche 3,8 Prozent, obwohl das Vorjahresquartal durch vorgezogene Bestellungen unserer Dial-Kunden positiv beeinflusst war. Besonders hervorzuheben ist die gute Entwicklung in Westeuropa, wo unser Deutschlandgeschäft ein starkes Quartal hatte. Auch in Osteuropa und Afrika/Nahost setzten wir unseren Wachstumstrend fort und bauten unsere Marktpositionen aus. Insgesamt lag der Umsatz um 3,4 Prozent unter dem Vorjahresquartal, in dem das mittlerweile verkaufte Dial-Nahrungsmittelgeschäft noch enthalten war.

Das betriebliche Ergebnis stieg um 14,2 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 16,1 Prozent. Dies ist vor allem dem guten Geschäft in Westeuropa zu verdanken. Die Umsatzrendite verbesserte sich um 1,9 Prozentpunkte auf 11,9 Prozent. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) stieg um 3,5 Prozentpunkte auf 17,1 Prozent. Dazu trugen die verbesserte Umsatzrendite und auch der höhere Kapitalumschlag bei.

Bei den *Waschmitteln* wuchsen unsere größten Marken am stärksten: Sowohl Persil/Le Chat bei den Universalwaschmitteln als auch Vernel/Silan bei den Weichspülern legten deutlich zweistellig zu. Dadurch bauten wir weltweit unsere Marktpositionen aus. Vor allem in Deutschland, Österreich und Russland erzielten wir jeweils eine erfreuliche Umsatzsteigerung. Die Feinwaschmittel, vor allem Perwoll in Deutschland, profitierten von einem internationalen Relaunch mit

Umsatzveränderung

	3. Q	1 – 9
Veränderung zum Vorjahr	-3,4 %	1,0 %
Wechselkurseffekte	-2,0 %	0,7 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	-1,4 %	0,3 %
Akquisitionen/Divestments	-5,2 %	-3,7 %
organisch	3,8 %	4,0 %

Umsatzrendite (EBIT)

	3. Q	1 – 9
2006	11,9 %	11,2 %
2005	10,0 %	10,4 %
Veränderung zum Vorjahr	1,9 pp	0,8 pp

pp = Prozentpunkte

verbesserter Farb- und Faserschutzformel und einem attraktiven neuen Design. In Belgien begannen wir mit dem internationalen Roll-out von Persil Naturals, einem Universalwaschmittel, das hohe Waschkraft mit der Frische ausgewählter natürlicher Substanzen vereint. Damit folgt Persil dem zunehmenden Wunsch der Verbraucher nach Produkten mit Wirkstoffen aus der Natur.

Bei den *Reinigungsmitteln* entwickelten sich die Geschirrspülmittel besonders dynamisch. Vor allem in Osteuropa und Afrika/Nahost erzielten die Handgeschirrspülmittel deutliche Zuwächse. Die Maschinengeschirrspülmittel setzten den Erfolg von Somat 5 in Deutschland weiter fort. Bei den Scheuermitteln führten wir in den USA das Flüssigprodukt Soft Scrub ein. Mit einer neuen, besonders anwendungsfreundlichen Flaschengeneration wertet dieses Produkt unsere wichtigste Reinigermarke in Nordamerika weiter deutlich auf.

Ausblick

Für das Jahr 2006 erwarten wir weiterhin ein über dem Marktdurchschnitt liegendes organisches Umsatzwachstum. Wir sehen eine fortgesetzte Erholung der westeuropäischen Märkte, erwarten für diese aber dennoch eine unter den anderen Regionen verbleibende Dynamik. Beim betrieblichen Ergebnis erwarten wir erneut einen Anstieg.

Kosmetik / Körperpflege

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2006	742	2.130
2005	681	1.959
Veränderung zum Vorjahr	9,1 %	8,7 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2006	89	258
2005	80	232
Veränderung zum Vorjahr	13,7 %	11,6 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	14,8 %	10,7 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** steigerte den Umsatz um 9,1 Prozent gegenüber dem sehr starken Vorjahresquartal, das positiv beeinflusst war durch vorgezogene Bestellungen unserer Dial-Kunden. Zu dem Wachstum trug auch die erfolgreiche Integration der ehemaligen Gillette-Deomarken bei. Das organische Wachstum betrug 3,0 Prozent. Besonders positiv entwickelte sich unser Geschäft in Osteuropa, Afrika/Nahost und Lateinamerika, wo wir organisch zweistellige Wachstumsraten erzielten.

Das betriebliche Ergebnis steigerten wir um 13,7 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 14,8 Prozent. Dadurch verbesserte sich die Umsatzrendite auch in diesem Quartal und lag mit 12,1 Prozent um 0,5 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) stieg um 1,3 Prozentpunkte auf 14,9 Prozent.

Das *Haarkosmetikgeschäft* setzte den positiven Trend fort. Das Colorationsgeschäft entwickelte sich besonders erfreulich mit starken Zuwächsen bei den Marken Brillance, Palette und Natural & Easy. In Europa bauten wir in allen Kategorien – Colorationen, Pflege und Styling – unsere Marktpositionen weiter aus. In der Kategorie Colorationen stand die Neueinführung von Diadem Root Set im Mittelpunkt, in der Pflege die Einführung von Schauma Nutri & Glanz sowie der Relaunch der Gliss Kur Color Protect-Linie und in der Kategorie Styling der erfolgreiche Roll-out von got2b in Europa.

Umsatzveränderung

	3. Q	1 – 9
Veränderung zum Vorjahr	9,1 %	8,7 %
Wechselkurseffekte	-1,5 %	0,6 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	10,6 %	8,1 %
Akquisitionen/Divestments	7,6 %	4,4 %
organisch	3,0 %	3,7 %

Umsatzrendite (EBIT)

	3. Q	1 – 9
2006	12,1 %	12,1 %
2005	11,6 %	11,8 %
Veränderung zum Vorjahr	0,5 pp	0,3 pp

pp = Prozentpunkte

Einen anhaltend positiven Trend verzeichnete auch das *Körperpflegegeschäft*. Wachstumstreiber waren weiterhin unsere beiden großen Marken Fa und Dial. So baute Fa seine Marktposition erneut aus und setzte mit neuen Produkten wie Fa Speedster For Men deutlich positive Akzente. Zudem zeigte der im 2. Quartal durchgeführte Relaunch des Deo-Sortiments erste positive Ergebnisse. Dial setzte mit neuen Produkten vor allem bei Dial For Men die erfolgreiche Markenentwicklung fort und baute im dynamisch wachsenden Duschbadsegment seine Marktposition aus. Parallel dazu verläuft die Integration der von Gillette übernommenen Deomarken planmäßig.

Das *Hautpflegegeschäft* profitierte von der Einführung der Diadermine Lift+ Re-Sculpture Cream.

Im *Mundpflegegeschäft* standen die Neueinführungen von Theramed Dispenser Sensitive in Deutschland und Licor del Polo Titanium in Spanien im Mittelpunkt.

Das *Frisörgeschäft* entwickelte sich in Osteuropa und Nordamerika deutlich positiv. Zentrale Aktivitäten waren Relaunches der Stylingmarke OSiS und der permanenten Haarfarbe VITON S unter der Marke Clynol.

Ausblick

Für das Jahr 2006 erwarten wir weiterhin ein über dem Marktdurchschnitt liegendes organisches Umsatzwachstum. Wachstumsträger für unser Geschäft werden Osteuropa, Nordamerika und Lateinamerika sein. Beim betrieblichen Ergebnis erwarten wir erneut einen Anstieg.

Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2006	536	1.482
2005	481	1.279
Veränderung zum Vorjahr	11,4 %	15,9 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2006	65	159
2005	54	141
Veränderung zum Vorjahr	18,0 %	12,3 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	18,5 %	10,7 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Der Unternehmensbereich **Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker** steigerte den Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 11,4 Prozent. Hierzu trugen sowohl das organische Wachstum von 7,9 Prozent als auch die erfolgreich integrierten Akquisitionen bei. Wie bereits in den zurückliegenden Quartalen entwickelten sich die Regionen Osteuropa, Lateinamerika und Afrika/Nahost überdurchschnittlich.

Das betriebliche Ergebnis steigerten wir um 18,0 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 18,5 Prozent, gegenüber dem Vorjahresquartal. Die Umsatzrendite lag mit 12,0 Prozent um 0,7 Prozentpunkte über dem Wert des Vorjahres. In den zurückliegenden Quartalen war die Umsatzrendite durch die stark steigenden Rohstoffkosten und Maßnahmen zur Sicherstellung des langfristigen profitablen Wachstums negativ beeinflusst. Die Preiserhöhungen der vergangenen Monate haben zu der Rentabilitätsverbesserung wesentlich beigetragen. Auch die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) verbesserte sich gegenüber dem Vorjahresquartal um 2,0 Prozentpunkte auf 21,5 Prozent.

Die *Klebstoffe und Klebebänder für Haushalt, Schule und Büro* entwickelten sich weiterhin positiv. Das weltweit starke Wachstum bei Sekundenklebern unter der Marke Loctite wurde unterstützt durch die in diesem Jahr implementierten Werbemaßnahmen und die Qualitätsverbesserungen des Produktsortiments.

Umsatzveränderung

	3. Q	1 – 9
Veränderung zum Vorjahr	11,4 %	15,9 %
Wechselkurseffekte	-1,5 %	1,6 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	12,9 %	14,3 %
Akquisitionen/Divestments	5,0 %	6,3 %
organisch	7,9 %	8,0 %

Umsatzrendite (EBIT)

	3. Q	1 – 9
2006	12,0 %	10,7 %
2005	11,3 %	11,0 %
Veränderung zum Vorjahr	0,7 pp	-0,3 pp

pp = Prozentpunkte

Der Bereich *Kleb- und Dichtstoffe für Bau, Handwerker und Heimwerker* blieb mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten der Wachstumstreiber des Unternehmensbereichs. Besonders erfolgreich war der organische Geschäftsausbau bei Bauklebstoffen in Osteuropa. Hier profitierten wir von der Zusammenarbeit mit lokalen Partnern. So nahmen wir im Berichtsquartal eine neue Produktionsstätte in Weißrussland in Betrieb und gründeten ein Gemeinschaftsunternehmen, mit dem wir den Markt in Kasachstan erschließen werden.

Bei den Fliesenklebern führten wir für Hand- und Heimwerker eine neue Generation von Produkten mit stark reduzierter Staubentwicklung bei der Verarbeitung erfolgreich ein.

Ausblick

Wir erwarten weiterhin eine positive Geschäftsentwicklung. Wir sehen noch keine nachhaltige Entspannung an den Rohstoffmärkten, gehen aber im Vergleich zur Vergangenheit von niedrigeren Steigerungsraten aus. Wir werden der Entwicklung entsprechend mit weiteren differenzierten Preiserhöhungen reagieren. Für das Jahr 2006 erwarten wir weiterhin ein deutlich über dem Marktdurchschnitt liegendes organisches Umsatzwachstum. Beim betrieblichen Ergebnis erwarten wir erneut einen Anstieg.

Henkel Technologies

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2006	872	2.658
2005	832	2.415
Veränderung zum Vorjahr	4,9 %	10,1 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2006	74	301
2005	86	256
Veränderung zum Vorjahr	-14,1 %	17,9 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	-11,8 %	16,0 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Der Unternehmensbereich **Henkel Technologies** steigerte den Umsatz um 4,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal, das organische Wachstum lag bei 9,3 Prozent. Mit zweistelligen Wachstumsraten entwickelten sich die Regionen Osteuropa, Lateinamerika und Asien/Pazifik weiterhin besonders positiv.

Das betriebliche Ergebnis ging um 14,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr zurück, bereinigt um Wechselkurseffekte betrug der Rückgang 11,8 Prozent. Die im 2. Quartal angefallenen Erträge aus der Veräußerung von zwei Teilgeschäften in Höhe von 41 Mio. Euro planen wir bis zum Jahresende zu reinvestieren. Bereinigt um die dafür im 3. Quartal angefallenen Aufwendungen lag das betriebliche Ergebnis um etwa 5 Prozent über dem Vorjahresquartal. Diese Steigerung konnten wir trotz der fehlenden Ergebnisbeiträge aus den veräußerten Geschäftsteilen, der angespannten Situation auf dem nordamerikanischen Automobilmarkt und der weiteren Verteuerung unserer Rohstoffe realisieren. Die Umsatzrendite lag mit 8,5 Prozent um 1,9 Prozentpunkte unter dem Vorjahresquartal. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) betrug 12,3 Prozent.

Im Marktsegment *Transport* erzielten wir bei unseren wichtigsten Kunden ein positives Wachstum in allen Regionen. Vor allem die neue Teroson-Produktlinie zur Vibrationsdämpfung erwies sich als sehr erfolgreich. Die weiterhin steigenden Produktionszahlen im Flugzeugbau und der vermehrte Einsatz von Verbundwerkstoffen anstelle von Aluminiumbauteilen sorgten in der Luft-

Umsatzveränderung

	3. Q	1 – 9
Veränderung zum Vorjahr	4,9 %	10,1 %
Wechselkurseffekte	-2,7 %	1,3 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	7,6 %	8,8 %
Akquisitionen/Divestments	-1,7 %	-0,2 %
organisch	9,3 %	9,0 %

Umsatzrendite (EBIT)

	3. Q	1 – 9
2006	8,5 %	11,3 %
2005	10,4 %	10,6 %
Veränderung zum Vorjahr	-1,9 pp	0,7 pp

pp = Prozentpunkte

fahrtindustrie wiederum für steigende Umsätze. Auch bei den Oberflächenbehandlungsprodukten konnten wir deutlich zulegen. In der *Stahlindustrie* kam uns das starke Wachstum in Asien zugute. Wir profitierten in der *Elektronikindustrie* von einer neuen EU-Richtlinie, die die Anwendung von bleifreien Löt Komponenten fördert.

Das Marktsegment *langlebige Gebrauchsgüter* entwickelte sich weiterhin erfreulich. Hierzu trugen innovative Polyurethan-Schmelzklebstoffe der Marke Purmelt und 3D-Dispersions-Klebstoffe für die Holz- und Möbelindustrie sowie umweltfreundliche Produktionsverfahren in der industriellen Metallvorbehandlung bei.

Der positive Trend im *Konsumgütergeschäft* und bei der Herstellung von *Verpackungen* hielt an. Besonders stark waren die neuen Liofol-Produkte mit reduziertem Lösungsmittelgehalt und verbessertem Aushärteverhalten. Eine neue Generation von Sofortklebstoffen für die *industrielle Instandhaltung* unterstützte das überproportionale Wachstum bei den Loctite-Klebstoffen.

Ausblick

Unsere Märkte entwickeln sich nach wie vor positiv. An den Rohstoffmärkten stiegen die Kosten zwar weniger dynamisch, wir sehen aber noch keine nachhaltige Entspannung. Dementsprechend werden wir weitere Preissteigerungen durchführen. Für das Jahr 2006 erwarten wir weiterhin ein über dem Marktdurchschnitt liegendes organisches Umsatzwachstum. Beim betrieblichen Ergebnis erwarten wir erneut einen Anstieg.

Konzern-Segment-Berichterstattung¹⁾ nach Unternehmensbereichen

3. Quartal 2006 in Mio. Euro

Unternehmensbereiche	Wasch-/ Reini- gungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Konsu- menten- klebstoffe	Henkel Tech- nologies	Corporate	Konzern
Umsatz Juli – September 2006	1.050	742	536	872	60	3.260
Veränderung gegenüber Vorjahr	-3,4 %	9,1 %	11,4 %	4,9 %	-	3,8 %
Anteil am Konzernumsatz	32 %	23 %	16 %	27 %	2 %	100 %
Umsatz Juli – September 2005	1.086	681	481	832	60	3.140
EBITDA Juli – September 2006	152	101	74	100	-23	404
EBITDA Juli – September 2005	137	94	62	112	-23	382
Veränderung gegenüber Vorjahr	11,1 %	8,0 %	21,3 %	-11,2 %	-	5,7 %
Umsatzrendite (EBITDA) Juli – September 2006	14,5 %	13,6 %	13,9 %	11,5 %	-	12,4 %
Umsatzrendite (EBITDA) Juli – September 2005	12,6 %	13,8 %	12,8 %	13,6 %	-	12,2 %
Abschreibungen auf Marken- und sonstige Rechte/ Sachanlagevermögen Juli – September 2006	27	12	9	26	9	83
Abschreibungen auf Marken- und sonstige Rechte/ Sachanlagevermögen Juli – September 2005	28	14	8	26	6	82
EBIT Juli – September 2006	125	89	65	74	-32	321
EBIT Juli – September 2005	109	80	54	86	-29	300
Veränderung gegenüber Vorjahr	14,2 %	13,7 %	18,0 %	-14,1 %	-	7,0 %
Umsatzrendite (EBIT) Juli – September 2006	11,9 %	12,1 %	12,0 %	8,5 %	-	9,8 %
Umsatzrendite (EBIT) Juli – September 2005	10,0 %	11,6 %	11,3 %	10,4 %	-	9,5 %
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Juli – September 2006	17,1 %	14,9 %	21,5 %	12,3 %	-	14,4 %
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Juli – September 2005	13,6 %	13,6 %	19,5 %	14,4 %	-	13,5 %
Eingesetztes Kapital Juli – September 2006²⁾	2.907	2.421	1.196	2.412	-45	8.891
Eingesetztes Kapital Juli – September 2005 ²⁾	3.208	2.321	1.118	2.397	-142	8.902
Veränderung gegenüber Vorjahr	-9,4 %	4,3 %	7,0 %	0,6 %	-	-0,1 %
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Juli – September 2006	45	18	23	36	13	135
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Juli – September 2005	36	27	53	99	10	225
Operatives Bruttovermögen Juli – September 2006³⁾	4.297	3.116	1.619	3.011	367	12.410
Operative Verbindlichkeiten Juli – September 2006	1.227	873	417	880	412	3.809
Operatives Vermögen Juli – September 2006³⁾	3.070	2.243	1.202	2.131	-45	8.601
Operatives Bruttovermögen Juli – September 2005 ³⁾	4.451	2.792	1.495	2.854	355	11.947
Operative Verbindlichkeiten Juli – September 2005	984	650	366	751	479	3.230
Operatives Vermögen Juli – September 2005 ³⁾	3.467	2.142	1.129	2.103	-124	8.717

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro ²⁾ mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten ³⁾ mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten

Konzern-Segment-Berichterstattung¹⁾ nach Unternehmensbereichen

Januar – September 2006 in Mio. Euro

Unternehmensbereiche	Wasch-/ Reini- gungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Konsu- menten- klebstoffe	Henkel Tech- nologies	Corporate	Konzern
Umsatz Januar – September 2006	3.085	2.130	1.482	2.658	183	9.538
Veränderung gegenüber Vorjahr	1,0 %	8,7 %	15,9 %	10,1 %	–	7,3 %
Anteil am Konzernumsatz	32 %	22 %	16 %	28 %	2 %	100 %
Umsatz Januar – September 2005	3.055	1.959	1.279	2.415	178	8.886
EBITDA Januar – September 2006	432	292	191	377	–66	1.226
EBITDA Januar – September 2005	404	269	168	328	–69	1.100
Veränderung gegenüber Vorjahr	6,9 %	8,7 %	13,8 %	14,9 %	–	11,4 %
Umsatzrendite (EBITDA) Januar – September 2006	14,0 %	13,7 %	12,9 %	14,2 %	–	12,9 %
Umsatzrendite (EBITDA) Januar – September 2005	13,2 %	13,7 %	13,1 %	13,6 %	–	12,4 %
Abschreibungen auf Marken- und sonstige Rechte/ Sachanlagevermögen Januar – September 2006	85	34	32	76	24	251
Abschreibungen auf Marken- und sonstige Rechte/ Sachanlagevermögen Januar – September 2005	85	37	27	72	18	239
EBIT Januar – September 2006	347	258	159	301	–90	975
EBIT Januar – September 2005	319	232	141	256	–87	861
Veränderung gegenüber Vorjahr	8,8 %	11,6 %	12,3 %	17,9 %	–	13,3 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – September 2006	11,2 %	12,1 %	10,7 %	11,3 %	–	10,2 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – September 2005	10,4 %	11,8 %	11,0 %	10,6 %	–	9,7 %
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar – September 2006	15,3 %	14,8 %	17,1 %	16,6 %	–	14,5 %
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar – September 2005	13,3 %	13,9 %	16,4 %	14,7 %	–	13,1 %
Eingesetztes Kapital Januar – September 2006²⁾	3.015	2.334	1.238	2.417	–19	8.985
Eingesetztes Kapital Januar – September 2005 ²⁾	3.204	2.221	1.149	2.323	–153	8.744
Veränderung gegenüber Vorjahr	–5,9 %	5,1 %	7,7 %	4,1 %	–	2,8 %
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar – September 2006	107	360	83	100	38	688
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar – September 2005	107	52	319	388	25	891
Operatives Bruttovermögen Januar – September 2006³⁾	4.364	2.918	1.576	2.987	370	12.215
Operative Verbindlichkeiten Januar – September 2006	1.181	765	402	847	389	3.584
Operatives Vermögen Januar – September 2006³⁾	3.183	2.153	1.174	2.140	–19	8.631
Operatives Bruttovermögen Januar – September 2005 ³⁾	4.321	2.719	1.421	2.746	327	11.534
Operative Verbindlichkeiten Januar – September 2005	990	681	340	722	480	3.213
Operatives Vermögen Januar – September 2005 ³⁾	3.331	2.038	1.081	2.024	–153	8.321

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro ²⁾ mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten ³⁾ mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

3. Quartal 2006 in Mio. Euro

	3. Q/2005	%	3. Q/2006	%	Veränderung
Umsatzerlöse	3.140	100,0	3.260	100,0	3,8 %
Kosten der umgesetzten Leistungen	-1.725	-54,9	-1.755	-53,8	1,7 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.415	45,1	1.505	46,2	6,5 %
Marketing- und Vertriebskosten	-882	-28,1	-932	-28,6	5,7 %
Forschungs- und Entwicklungskosten	-81	-2,6	-87	-2,7	7,4 %
Verwaltungskosten	-154	-5,0	-165	-5,1	7,1 %
Sonstige betriebliche Erträge	34	1,0	23	0,7	-32,4 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-26	-0,8	-11	-0,3	-57,7 %
Aufwendungen für Restrukturierungen	-6	-0,2	-12	-0,4	>100 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	300	9,5	321	9,8	7,0 %
Beteiligungsergebnis	26	0,8	13	0,4	-50,0 %
Zinsergebnis	-59	-1,9	-36	-1,1	-39,0 %
Finanzergebnis	-33	-1,1	-23	-0,7	-30,3 %
Ergebnis vor Steuern	267	8,4	298	9,1	11,6 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-68	-2,2	-81	-2,5	19,1 %
Quartalsüberschuss	199	6,2	217	6,6	9,0 %
Anteile anderer Gesellschafter	-4	-0,1	-6	-0,2	50,0 %
Quartalsüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter	195	6,1	211	6,4	8,1 %
Ergebnis je Vorzugsaktie (Euro)	1,36		1,47		7,9 %
Ergebnis je Stammaktie (Euro)	1,35		1,46		7,9 %

Januar – September 2006 in Mio. Euro

	1 – 9/2005	%	1 – 9/2006	%	Veränderung
Umsatzerlöse	8.886	100,0	9.538	100,0	7,3 %
Kosten der umgesetzten Leistungen	-4.801	-54,0	-5.155	-54,0	7,4 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	4.085	46,0	4.383	46,0	7,3 %
Marketing- und Vertriebskosten	-2.557	-28,9	-2.742	-28,8	7,2 %
Forschungs- und Entwicklungskosten	-235	-2,6	-254	-2,7	8,0 %
Verwaltungskosten	-457	-5,1	-489	-5,1	6,8 %
Sonstige betriebliche Erträge	102	1,2	157	1,6	53,9 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-63	-0,7	-60	-0,6	-4,8 %
Aufwendungen für Restrukturierungen	-14	-0,2	-20	-0,2	42,9 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	861	9,7	975	10,2	13,3 %
Beteiligungsergebnis	64	0,7	47	0,5	-26,6 %
Zinsergebnis	-161	-1,8	-131	-1,4	-18,6 %
Finanzergebnis	-97	-1,1	-84	-0,9	-13,4 %
Ergebnis vor Steuern	764	8,6	891	9,3	16,6 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-196	-2,2	-241	-2,5	23,0 %
Dreivierteljahresüberschuss	568	6,4	650	6,8	14,4 %
Anteile anderer Gesellschafter	-12	-0,1	-15	-0,2	25,0 %
Dreivierteljahresüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter	556	6,3	635	6,6	14,1 %
Ergebnis je Vorzugsaktie (Euro)	3,90		4,44		13,9 %
Ergebnis je Stammaktie (Euro)	3,86		4,40		13,9 %

Kommentierung der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung Januar bis September 2006

Im Dreivierteljahr 2006 stiegen die Umsatzerlöse um 7,3 Prozent an. Gleichzeitig erhöhten sich die Kosten der umgesetzten Leistungen um 7,4 Prozent. Das Bruttoergebnis vom Umsatz verbesserte sich um 7,3 Prozent auf 4.383 Mio. Euro. Zwar legten die Kosten der umgesetzten Leistungen wegen gestiegener Preise für Rohstoffe und Verpackungsmaterial zu. Dennoch konnte die Bruttomarge mit 46,0 Prozent auf dem Stand des Vorjahres gehalten werden. Dies ist vor allem auf die Dynamik des 3. Quartals zurückzuführen.

Die Marketing- und Vertriebskosten wuchsen um 7,2 Prozent. Die Forschungs- und Entwicklungskosten lagen mit 254 Mio. Euro um 8,0 Prozent über dem Niveau des Vorjahres. Sie erreichten im Dreivierteljahr 2006 einen Anteil von 2,7 Prozent am Umsatz. Die Verwaltungskosten stiegen um 6,8 Prozent.

Der Saldo aus sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen erhöhte sich vor allem aufgrund von Veräußerungserträgen. Sie stammten zum einen aus dem Verkauf unseres Nahrungsmittelgeschäfts von Dial im 1. Quartal 2006; der Ertrag in Höhe von 16 Mio. Euro wurde zur intensiveren Marktbearbeitung in den USA genutzt. Zum anderen sind hier die Erträge aus dem Verkauf des Isolierglas- und des Gummi-Metall-Haftmittel-Geschäfts in Höhe von insgesamt 41 Mio. Euro enthalten, die wir ebenfalls bis Ende des Jahres in den Markt investieren werden.

Das Finanzergebnis verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 13 Mio. Euro auf -84 Mio. Euro. Das Beteiligungsergebnis lag mit 47 Mio. Euro um 17 Mio. Euro unter dem des Vorjahreszeitraums; während der Beteiligungsertrag der at-equity bewerteten Ecolab-Beteiligung auf Vorjahresniveau blieb, verminderte sich der zum Fair Value bilanzierte Wertansatz der Beteiligung an Lion, Japan, aufgrund der Kursentwicklung. Das Zinsergebnis verbesserte sich um 30 Mio. Euro auf -131 Mio. Euro. Trotz des höheren Zinsniveaus konnte das Zinsergebnis zurückgeführt werden. Dies resultierte aus den erstmaligen Erträgen aus dem Fondsvermögen, in dem die deutschen Pensionsgelder verwaltet werden, und aus einem verbesserten Währungsergebnis.

Die Steuerquote betrug 27,0 Prozent und lag um 1,3 Prozentpunkte über dem Vorjahresniveau. Hierin waren auch die Steuern in den USA enthalten, die auf den Verkauf des Nahrungsmittelgeschäfts entfielen. Die Erträge aus den Veräußerungen der Geschäfte im Bereich Henkel Technologies unterlagen einer geringen Steuerbelastung.

Der Dreivierteljahresüberschuss lag mit 650 Mio. Euro um 14,4 Prozent über dem des Vorjahreszeitraums. Nach Abzug von Anteilen anderer Gesellschafter am Ergebnis betrug der Dreivierteljahresüberschuss 635 Mio. Euro. Das Ergebnis je Vorzugsaktie erhöhte sich von 3,90 Euro auf 4,44 Euro und stieg damit um 13,9 Prozent.

Konzernbilanz

Konzernbilanz in Mio. Euro

	31.12.2005	%	30.9.2006	%
Immaterielle Vermögenswerte	5.660	40,5	5.655	40,4
Sachanlagen	2.045	14,7	2.053	14,6
Finanzanlagen	681	4,9	679	4,8
Andere langfristige Forderungen	223	1,6	200	1,4
Latente Steuern	456	3,3	417	3,0
Langfristiges Vermögen	9.065	65,0	9.004	64,2
Vorräte	1.232	8,8	1.386	9,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.794	12,9	2.112	15,1
Andere kurzfristige Forderungen und Sonstige Aktiva	378	2,7	501	3,6
Ertragsteueransprüche	121	0,9	55	0,4
Flüssige Mittel/Wertpapiere	1.212	8,7	956	6,7
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	142	1,0	14	0,1
Kurzfristiges Vermögen	4.879	35,0	5.024	35,8
Aktiva insgesamt	13.944	100,0	14.028	100,0

	31.12.2005	%	30.9.2006	%
Eigenkapital ohne Anteile anderer Gesellschafter	5.371	38,5	5.472	39,0
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	28	0,2	37	0,3
Eigenkapital mit Anteilen anderer Gesellschafter	5.399	38,7	5.509	39,3
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.061	7,6	1.007	7,2
Andere langfristige Rückstellungen	427	3,1	312	2,2
Langfristige Finanzschulden	2.400	17,2	2.460	17,5
Andere langfristige Verbindlichkeiten	59	0,4	109	0,8
Latente Steuern	473	3,4	449	3,2
Langfristige Verbindlichkeiten	4.420	31,7	4.337	30,9
Kurzfristige Rückstellungen	932	6,7	1.155	8,2
Kurzfristige Finanzschulden	1.405	10,1	1.048	7,5
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.333	9,6	1.600	11,4
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	455	3,2	379	2,7
Kurzfristige Verbindlichkeiten	4.125	29,6	4.182	29,8
Passiva insgesamt	13.944	100,0	14.028	100,0

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung in Mio. Euro

	2005	2006
Eigenkapital mit Anteilen anderer Gesellschafter, jeweils am 1.1.	4.604	5.399
Dreivierteljahresüberschuss	568	650
davon Anteile Fremder	-12	-15
Dividendenausschüttungen	-187	-200
Sonstige erfolgsneutrale Veränderungen	-29	2
Wechselkurseffekte	497	-342
Eigenkapital mit Anteilen anderer Gesellschafter, jeweils am 30.9.	5.453	5.509

Kommentierung der Konzernbilanz/Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung Januar bis September 2006

Die Bilanzsumme erhöhte sich zum 30. September 2006 um 84 Mio. Euro auf 14.028 Mio. Euro. Dies entsprach im Vergleich zum 31. Dezember 2005 einem Anstieg von 0,6 Prozent.

Im langfristigen Vermögen verminderten sich die Immateriellen Vermögenswerte um 5 Mio. Euro, vor allem durch den Kursrückgang des US-Dollars gegenüber dem Euro. Das Sachanlagevermögen stieg um 8 Mio. Euro an. Das Finanzanlagevermögen ging um 2 Mio. Euro auf 679 Mio. Euro zurück.

Das kurzfristige Vermögen lag mit 5.024 Mio. Euro über dem Niveau des Vorjahres. Einem Abbau der Flüssigen Mittel in Höhe von 256 Mio. Euro stand ein Aufbau von Vorräten (154 Mio. Euro) und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (318 Mio. Euro) gegenüber. Die anderen Forderungen und Sonstigen Vermögenswerte verminderten sich um 71 Mio. Euro.

Das Eigenkapital (ohne Anteile anderer Gesellschafter) erhöhte sich von 5.371 Mio. Euro auf 5.472 Mio. Euro. Hier standen dem Dreivierteljahresergebnis von 635 Mio. Euro die Minderungen aus der Währungsumrechnung (338 Mio. Euro), die Zahlung von Dividenden (190 Mio. Euro) und sonstige erfolgsneutrale Veränderungen des Eigenkapitals (6 Mio. Euro) gegenüber.

Die Eigenkapitalquote (Eigenkapital mit Anteilen anderer Gesellschafter/Bilanzsumme) stieg von 38,7 Prozent auf 39,3 Prozent.

Die langfristigen Verbindlichkeiten verminderten sich um 83 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr. Im Wesentlichen handelt es sich um Steuerrückstellungen und Rückstellungen für Restrukturierung, die aus Gründen der Fristigkeit aus dem lang- in den kurzfristigen Bereich umgegliedert wurden.

Die Finanzschulden konnten um 297 Mio. Euro abgebaut werden, die Nettoverschuldung verminderte sich infolge der gesunkenen Flüssigen Mittel um 41 Mio. Euro auf 2.552 Mio. Euro.

Konzern-Kapitalflussrechnung

Konzern-Kapitalflussrechnung in Mio. Euro

	1 – 9/2005 ¹⁾	1 – 9/2006
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	861	975
Ausgaben Ertragsteuern	-153	-193
Abschreibungen/Zuschreibungen Anlagevermögen (ohne Finanzanlagen)	239	251
Gewinne/Verluste aus Anlageabgängen (ohne Finanzanlagen)	-6	-62
Veränderung der Vorräte	-92	-194
Veränderungen der Forderungen und Sonstigen Vermögenswerte	-139	-440
Veränderungen der Verbindlichkeiten und Rückstellungen	18	475
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	728	812
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-21	-34
Investitionen in Sachanlagen	-272	-283
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	-56	-376
Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten	-	200
Erlöse aus sonstigen Anlageabgängen	31	43
Cashflow aus Investitionstätigkeit/Akquisitionstätigkeit	-318	-450
Dividenden Henkel KGaA	-181	-190
Dividenden Tochterunternehmen (an andere Gesellschafter)	-6	-10
Zinseinnahmen	38	45
Dividendeneinnahmen	15	21
Zinsausgaben	-214	-241
<i>Dividenden- und Zinsergebnis</i>	<i>-348</i>	<i>-375</i>
Veränderung der Finanzschulden	-647	-216
Sonstige Finanzierungsvorgänge	-34	40
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1.029	-551
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	-619	-189
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	173	-67
Veränderung Flüssige Mittel/Wertpapiere	-446	-256
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 1.1.	1.695	1.212
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 30.9.	1.249	956

Überleitung zum Free Cashflow in Mio. Euro

	1 – 9/2005	1 – 9/2006
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	728	812
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-21	-34
Investitionen in Sachanlagen	-272	-283
Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten	-	200
Erlöse aus sonstigen Anlageabgängen	31	43
Erhaltene Dividenden/Zinssaldo	-161	-175
Free Cashflow	305	563

¹⁾ Zur Verbesserung der Aussagekraft wurden Wechselkurseffekte aus der Finanzierung des Konzerns und Marktwertänderungen von Derivaten vom operativen Cashflow (Veränderungen der Forderungen und Sonstigen Vermögenswerte) in den Cashflow aus Finanzierungstätigkeit (Veränderung der Finanzschulden) umgegliedert.

Kommentierung der Konzern-Kapitalflussrechnung Januar bis September 2006

Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** betrug 812 Mio. Euro und lag damit um 84 Mio. Euro über dem Vorjahreszeitraum. Einem höheren EBIT standen neben gestiegenen Ausgaben für Ertragsteuern der Aufbau des Vorratsvermögens sowie der Forderungen und Sonstigen Vermögenswerte um insgesamt 634 Mio. Euro gegenüber. Die Verbindlichkeiten und Rückstellungen stiegen demgegenüber auf 475 Mio. Euro an.

Der **Cashflow aus Investitions-/Akquisitionstätigkeit** betrug -450 Mio. Euro (im Vorjahr -318 Mio. Euro). In diesem Saldo waren Zuflüsse aus dem Verkauf des Nahrungsmittelgeschäfts von Dial mit 151 Mio. Euro und den Veräußerungen des Gummi-Metall-Haftmittel- und des Isolierglasgeschäfts mit 49 Mio. Euro enthalten. Wir akquirierten von Procter & Gamble die früheren Gillette-Körperpflegemarken Right Guard, Soft & Dri und Dry Idea, den brasilianischen Klebstoffhersteller Alba Adesivos und den Spezialisten für Haarkosmetik und Körperpflege Jasminal, Tunesien. Die Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen lagen um insgesamt 24 Mio. Euro über dem Vorjahreswert.

Beim **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** handelt es sich insgesamt um einen Mittelabfluss, der mit 551 Mio. Euro um 478 Mio. Euro niedriger als der Vorjahreswert (1.029 Mio. Euro) lag.

Der **Free Cashflow** belief sich auf 563 Mio. Euro und lag damit um 258 Mio. Euro über dem vergleichbaren Wert des Vorjahres.

Erläuternde Zusatzangaben

Ergebnis je Aktie

Das im Jahr 2000 gestartete Aktien-Optionsprogramm führte zum Abschlussstichtag 30. September 2006 zu einer Verwässerung des Ergebnisses je Vorzugsaktie, da die ausgegebenen Optionen aller fünf Tranchen „im Geld“ waren. Der Effekt beruht auf 344.556 potenziell ausstehenden Vorzugsaktien. Daraus resultiert, dass das verwässerte Ergebnis je Aktie um 2 Eurocent geringer war als das unverwässerte Ergebnis.

Ergebnis je Aktie

		1 – 9/2006
Dreivierteljahresüberschuss nach Anteilen Fremder	in Mio. Euro	635
Anzahl der im Umlauf befindlichen Stammaktien		86.598.625
Ergebnis je Stammaktie	in Euro	4,40
Anzahl der im Umlauf befindlichen Vorzugsaktien		57.253.405
Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	4,44
Verwässerungseffekt aus Aktien-Optionsprogramm		344.556
Anzahl potenzieller Vorzugsaktien ohne Stimmrecht		57.597.961
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	4,42

Veränderungen im Bestand eigener Aktien

Der Bestand eigener Aktien zum 30. September 2006 belief sich auf 1.928.623 Stück Vorzugsaktien. Dies entspricht einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 4,9 Mio. Euro (1,32 Prozent).

Durch Ausübung von Optionen im Rahmen des Aktien-Optionsprogramms verringerte sich der Bestand eigener Aktien im 3. Quartal um 243.532 Stück Vorzugsaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 0,623 Mio. Euro (0,167 Prozent).

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der ungeprüfte Zwischenabschluss des Henkel Konzerns wurde wie der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2005 nach den Richtlinien der International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt. Es gelten die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie für den Jahresabschluss 2005.

Die nach IAS 1 geforderte Gliederung der Bilanz nach Fristigkeiten der Einzelpositionen wurde erstmalig im Konzernabschluss 2005 umgesetzt.

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss sind neben der Henkel KGaA 11 inländische und 206 ausländische Gesellschaften einbezogen, bei denen die Henkel KGaA direkt oder indirekt die Mehrheit der Stimmrechte besitzt oder die unter ihrer einheitlichen Leitung stehen.

Die Beteiligung an Ecolab Inc., St. Paul, Minnesota, USA, wird nach der at-equity-Methode bilanziert.

Impressum

Herausgeber

Henkel KGaA
40191 Düsseldorf
Telefon: 02 11/7 97-0

© 2006 Henkel KGaA

Redaktion:

Corporate Communications, Investor Relations

Koordination: Rolf Juesten, Oliver Luckenbach,
Dirk Neubauer

Konzept und Design: Kirchhoff Consult AG, Hamburg

Fotos: Henkel

Gesamtproduktion: Schotte, Krefeld

Corporate Communications

Telefon: 02 11/7 97-35 33

Fax: 02 11/7 98-24 84

E-Mail: ernst.primosch@henkel.com

Investor Relations

Telefon: 02 11/7 97-39 37

Fax: 02 11/7 98-28 63

E-Mail: oliver.luckenbach@henkel.com



Responsible Care®



THE GLOBAL
COMPACT

Finanzkalender

Bilanzpresse- und Analystenkonferenz 2007:
Dienstag, den 27. Februar 2007

Hauptversammlung der Henkel KGaA 2007:
Montag, den 16. April 2007

**Veröffentlichung des Berichts über
das 1. Quartal 2007:**
Mittwoch, den 2. Mai 2007

**Veröffentlichung des Berichts über
das 2. Quartal 2007:**
Mittwoch, den 1. August 2007

**Veröffentlichung des Berichts über
das 3. Quartal 2007:**
Mittwoch, den 7. November 2007

Herbstpresse- und Analystenkonferenz 2007:
Mittwoch, den 7. November 2007

Alle aktuellen Zahlen und Angaben zum Unternehmen im Internet: www.henkel.de

Gedruckt auf Papier aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff. Alle Produktnamen sind geschützte Marken der Henkel KGaA, Düsseldorf, der mit ihr Verbundenen Unternehmen oder ihrer Kooperationspartner.

Diese Information enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel 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 KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, wie z.B. das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Henkel hierzu eine gesonderte Verpflichtung.

Henkel

A Brand like a friend