

## Presseinformation

11. November 2014

Henkel hält an Zielen für 2014 fest und erwartet nun höhere EBIT-Marge

### **Drittes Quartal 2014: Henkel mit guter Entwicklung in schwierigem Umfeld**

- Umsatz steigt um 1,2% auf 4.236 Mio. Euro (organisch: +2,3%)
- Bereinigtes betriebliches Ergebnis: +3,1% auf 693 Mio. Euro
- Bereinigte EBIT-Marge: +0,3 Prozentpunkte auf 16,4%
- Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): +6,4% auf 1,17 Euro
- Wachstumsmärkte mit starkem organischem Umsatzanstieg: +6,7%

Düsseldorf – „In einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld hat sich Henkel im dritten Quartal 2014 gut entwickelt. Wir haben den Umsatz in allen Unternehmensbereichen organisch erhöht und unsere Profitabilität weiter gesteigert“, sagte Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands. „Mit einem starken organischen Umsatzplus trugen die Wachstumsmärkte erneut überdurchschnittlich zum Wachstum bei. Mit der Akquisition der Bergquist Company im dritten Quartal 2014 haben wir die führende Position von Adhesive Technologies weiter ausgebaut. Insgesamt haben wir damit in allen drei Unternehmensbereichen im laufenden Geschäftsjahr bereits 1,7 Milliarden Euro in die gezielte Stärkung unseres Portfolios investiert.“

Mit Blick auf die Rahmenbedingungen des Geschäftsjahres sagte Rorsted: „Der Konflikt zwischen Russland und der Ukraine schwelt weiterhin, zudem halten die politischen Unruhen in Nahost an. Insgesamt trübt sich der konjunkturelle Ausblick weiter ein. In diesem schwierigen Umfeld entscheiden

**schnelle Reaktionsfähigkeit und hohe Flexibilität über den Erfolg. Aus diesem Grund werden wir unsere Strukturen weiter vereinfachen und anpassen.“**

#### **Ausblick 2014**

**Rorsted konkretisierte den Ausblick für das laufende Geschäftsjahr: „Wir erwarten nach wie vor ein organisches Umsatzwachstum zwischen 3 und 5 Prozent. Für die bereinigte EBIT-Marge haben wir unsere Prognose angehoben und rechnen nun mit einem Anstieg auf leicht unter 16,0 Prozent. Beim bereinigten Ergebnis je Vorzugsaktie erwarten wir unverändert einen Zuwachs im hohen einstelligen Prozentbereich.“**

#### **Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2014**

Im dritten Quartal 2014 steigerte Henkel seinen **Umsatz** um 1,2 Prozent auf 4.236 Mio. Euro. Ohne die Belastungen aus den Wechselkurseffekten in Höhe von 2,2 Prozent wuchs der Umsatz um 3,4 Prozent. **Organisch**, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, stieg der Umsatz um 2,3 Prozent.

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** zeigte ein gutes organisches Umsatzplus von 3,5 Prozent. Der Bereich **Beauty Care** erzielte ein positives organisches Umsatzwachstum von 0,8 Prozent. Ein gutes organisches Umsatzplus erreichte der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies**. Hier stiegen die Erlöse gegenüber dem Vorjahr organisch um 2,7 Prozent.

Das um einmalige Erträge, einmalige Aufwendungen sowie Restrukturierungsaufwendungen **bereinigte betriebliche Ergebnis** stieg um 3,1 Prozent von 672 Mio. auf 693 Mio. Euro. Das berichtete betriebliche Ergebnis (EBIT) lag bei 603 Mio. Euro nach 649 Mio. Euro im Vorjahresquartal.

Die **bereinigte Umsatzrendite** (EBIT-Marge) legte um 0,3 Prozentpunkte auf 16,4 Prozent zu. Die berichtete Umsatzrendite erreichte 14,2 Prozent nach 15,5 Prozent im dritten Quartal 2013.

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich von -25 Mio. Euro im dritten Quartal 2013 auf -11 Mio. Euro im dritten Quartal 2014. Dies ist im Wesentlichen auf eine Verbesserung des Nettozinsergebnisses zurückzuführen. Die Ursachen waren unter anderem die Rückzahlungen der Senior Bonds sowie auslaufende Zinsfixierungen im März 2014. Die Steuerquote betrug 24,0 Prozent nach 24,8 Prozent im Vorjahr.

Der **Quartalsüberschuss** lag bei 450 Mio. Euro nach 469 Mio. Euro im Vorjahr. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 10 Mio. Euro erreichte der Überschuss 440 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 458 Mio. Euro). Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile stieg um 6,7 Prozent von 476 Mio. auf 508 Mio. Euro. Das **Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) lag bei 1,01 Euro nach 1,06 Euro im Vorjahresquartal. Bereinigt legte es um 6,4 Prozent von 1,10 Euro auf 1,17 Euro zu.

Das Verhältnis von **Netto-Umlaufvermögen zum Umsatz** lag bei 5,6 Prozent nach 4,5 Prozent im gleichen Vorjahreszeitraum. Die **Nettofinanzposition** lag zum 30. September 2014 mit 740 Mio. Euro um 255 Mio. Euro über dem Wert des Vorjahresquartals.

### **Geschäftsverlauf von Januar bis September 2014**

Aufgrund der Wechselkursbelastungen blieb der **Umsatz** in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2014 nominal mit 12.302 Mio. Euro um 1,6 Prozent unter dem Wert des Vorjahreszeitraums. Allerdings ist der Umsatz **organisch** um 3,3 Prozent gewachsen. Zu dieser guten Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei. Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** legte in den ersten neun Monaten 2014 um 2,8 Prozent von 1.932 Mio. auf 1.986 Mio. Euro zu. Die **bereinigte Umsatzrendite** (EBIT-Marge) stieg von 15,5 auf 16,1 Prozent. Auch an dieser erfolgreichen Entwicklung hatten alle Unternehmensbereiche ihren Anteil.

Der **bereinigte Überschuss** für die ersten neun Monate nach Abzug nicht beherrschender Anteile erhöhte sich um 7,8 Prozent von 1.354 Mio. auf 1.459 Mio. Euro. Das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) übertraf mit 3,37 Euro den Vorjahreswert um 7,7 Prozent.

### **Entwicklung der Unternehmensbereiche im dritten Quartal 2014**

Dem Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** gelang im dritten Quartal ein gutes organisches Umsatzwachstum und ein sehr starker Anstieg der bereinigten Umsatzrendite. Damit setzte sich das profitable Wachstum fort. Nominal stieg der Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 1,8 Prozent von 1.167 Mio. auf 1.188 Mio. Euro.

Die gute organische Umsatzentwicklung in diesem Unternehmensbereich war im Wesentlichen von den Wachstumsmärkten getragen. Dabei gingen von der Region Afrika/Nahost mit zweistelligen Zuwachsraten die stärksten Impulse aus. Zudem verzeichneten Lateinamerika und Osteuropa ein gutes Umsatzwachstum. In den reifen Märkten blieb der Umsatz organisch leicht unter dem Vorjahresquartal. Während Westeuropa ein gutes organisches Umsatzwachstum verzeichnete, ging der Umsatz in Nordamerika zurück. Diese Entwicklung ist maßgeblich dem sehr intensiven Wettbewerb in weiterhin rückläufigen Märkten zuzuschreiben.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** legte um 7,4 Prozent auf 200 Mio. Euro zu. Damit wuchs die bereinigte Umsatzrendite gegenüber dem gleichen Quartal des Vorjahres von 15,9 auf 16,8 Prozent. Das berichtete betriebliche Ergebnis lag bei 171 Mio. Euro nach 185 Mio. Euro im Vorjahresquartal.

Der Unternehmensbereich **Beauty Care** erzielte im dritten Quartal ein positives organisches Umsatzwachstum und einen guten Anstieg der bereinigten Umsatzrendite. Damit gelang es hier, den langjährigen profitablen Wachstumskurs fortzusetzen. Nominal stieg der Umsatz gegenüber dem dritten Quartal 2013 um 3,6 Prozent von 886 Mio. auf 918 Mio. Euro.

In den Wachstumsmärkten setzte der Bereich Beauty Care seine starke organische Entwicklung fort. In Asien (ohne Japan) stieg der Umsatz erneut prozentual zweistellig. Die Region Afrika/Nahost verzeichnete ein sehr starkes und Osteuropa ein gutes Wachstum. In den reifen Märkten, die auch im dritten Quartal durch eine negative Marktentwicklung, zunehmende Promotionsaktivitäten und gestiegenen Preisdruck gekennzeichnet waren, blieb der Umsatz organisch unter dem Niveau des Vorjahresquartals. In Westeuropa wurde ein positives Wachstum erzielt. Ebenfalls positiv entwickelten sich die reifen Märkte der Region Asien/Pazifik. Aufgrund des stark zunehmenden Preiswettbewerbs in Nordamerika konnte der Umsatz dort nicht an das dritte Quartal 2013 anknüpfen.

---

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** stieg gegenüber dem Vorjahresquartal um 5,9 Prozent auf 140 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich um 0,3 Prozentpunkte auf 15,2 Prozent. Das berichtete betriebliche Ergebnis lag bei 98 Mio. Euro nach 122 Mio. Euro im Vorjahresquartal.

---

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erzielte im dritten Quartal erneut ein gutes organisches Umsatzwachstum. Nominal stieg der Umsatz um 0,3 Prozent auf 2.100 Mio. Euro.

---

In den Wachstumsmärkten gelang erneut eine starke organische Umsatzsteigerung. Zweistellig wuchs die Region Afrika/Nahost, Asien (ohne Japan) entwickelte sich sehr stark und Lateinamerika verzeichnete ein gutes Wachstum. Trotz der anhaltend schwierigen politischen Lage in Teilen Osteuropas zeigten die Geschäfte in dieser Region eine gute Entwicklung. In den reifen Märkten blieb der Umsatz insgesamt leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Nordamerika verzeichnete eine positive Umsatzentwicklung, während Westeuropa nicht das Umsatzniveau des Vorjahresquartals erreichte. Die Geschäfte in den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik entwickelten sich dagegen gut.

---

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** lag mit 373 Mio. Euro auf dem hohen Niveau des Vorjahresquartals. Die bereinigte Umsatzrendite erreichte mit 17,8 Prozent

ebenfalls das hohe Vorjahresniveau. Das berichtete betriebliche Ergebnis lag bei 354 Mio. Euro nach 365 Mio. Euro im Vorjahresquartal.

### **Regionale Entwicklung des Gesamtkonzerns im dritten Quartal 2014**

In einem wettbewerbsintensiven Markt steigerte Henkel im dritten Quartal 2014 den Umsatz in der Region **Westeuropa** organisch um 0,2 Prozent. Hierzu trug vor allem das gute Wachstum in Deutschland bei. Insgesamt kam Westeuropa auf einen Umsatz von 1.423 Mio. Euro. In **Osteuropa** wuchs der Umsatz in einem schwierigen Marktumfeld organisch um 3,1 Prozent. Trotz der politischen Spannungen trugen die Geschäfte in Russland überproportional zum Wachstum bei. In der Ukraine hingegen war die Entwicklung rückläufig. Insgesamt lag der Umsatz in Osteuropa bei 792 Mio. Euro. In **Afrika/Nahost** beeinflussten weiterhin die politischen Unruhen in einigen Ländern das Geschäft. Dennoch erzielte Henkel in der Region erneut ein zweistelliges organisches Wachstum von 14,9 Prozent. Der Gesamtumsatz in der Region stieg von 255 Mio. auf 279 Mio. Euro.

**Nordamerika** war weiterhin von einem intensiven Promotionswettbewerb im Konsumgütergeschäft belastet. Daher sank der Umsatz organisch um 3,7 Prozent. Insgesamt lagen die Erlöse bei 755 Mio. Euro. **Lateinamerika** erzielte ein organisches Umsatzwachstum von 1,5 Prozent. Dabei konnte der Umsatzrückgang in Brasilien aufgrund der schwachen wirtschaftlichen Entwicklung unter anderem durch ein starkes Wachstum der Geschäfte in Mexiko überkompensiert werden. Der Gesamtumsatz in Lateinamerika erreichte 266 Mio. Euro. Der Umsatz der Region **Asien/Pazifik** stieg organisch um 9,7 Prozent. Die sehr starke Entwicklung war vor allem durch das zweistellige Plus in Indien und China getrieben. Insgesamt stieg der Umsatz in der Region von 631 Mio. auf 691 Mio. Euro.

Besondere Impulse kamen im dritten Quartal 2014 wiederum aus den **Wachstumsregionen** Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan). Das organische Umsatzplus lag bei 6,7 Prozent. Alle drei Unternehmensbereiche trugen dazu bei. Mit insgesamt 1.914 Mio. Euro lag der

Umsatzanteil der Wachstumsregionen bei 45 Prozent und damit auf dem Niveau des Vorjahresquartals.

#### **Ausblick des Henkel-Konzerns für das Geschäftsjahr 2014**

Für das Geschäftsjahr 2014 erwartet Henkel weiterhin ein organisches Umsatzwachstum von 3 bis 5 Prozent. Henkel geht unverändert davon aus, dass das Wachstum der Unternehmensbereiche Laundry & Home Care und Adhesive Technologies jeweils in dieser Bandbreite liegen wird. Für den Unternehmensbereich Beauty Care wird jetzt ein organisches Wachstum von etwa 2 Prozent erwartet. Im Einklang mit der Strategie 2016 erwartet Henkel einen leichten Anstieg des Umsatzanteils der Wachstumsmärkte. Die Prognose für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) wird konkretisiert. Gegenüber den Werten des Jahres 2013 erwartet Henkel nun eine Steigerung auf leicht unter 16,0 Prozent (bisher: rund 15,5 Prozent) und geht weiterhin davon aus, dass alle Unternehmensbereiche dazu beitragen werden. Für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie erwartet Henkel wie bisher einen Anstieg im hohen einstelligen Bereich.

Diese Information enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel AG & Co. KGaA beruhen. Mit der Verwendung von Worten wie erwarten, beabsichtigen, planen, vorhersehen, davon ausgehen, glauben, schätzen und ähnlichen Formulierungen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. Diese Aussagen sind nicht als Garantien dafür zu verstehen, dass sich diese Erwartungen auch als richtig erweisen. Die zukünftige Entwicklung sowie die von der Henkel AG & Co. KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, wie z.B. das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Henkel hierzu eine gesonderte Verpflichtung.

#### **Presse-Kontakt**

Wulf Klüppelholz

Tel. +49 211 797 - 1875

E-Mail: [wulf.klueppelholz@henkel.com](mailto:wulf.klueppelholz@henkel.com)

Julie Cruz

Tel. +49 211 797 - 8551

E-Mail: [julie.cruz@henkel.com](mailto:julie.cruz@henkel.com)

Henkel AG & Co. KGaA

Den Bericht für das dritte Quartal 2014 und weitere Informationen mit Download-Material sowie den Link zur Übertragung der Telefonkonferenz finden Sie in unserer Pressemappe im Internet unter:

<http://www.henkel.de/presse-und-medien/presseinformationen-und-pressemappen/2014-11-11-veroeffentlichung-bericht-q3-2014/273778>

## Kennzahlen 3. Quartal 2014 und 1-9/2014

in Mio. Euro	Umsatz		EBIT		EBIT Marge	
	Q3	1-9	Q3	1-9	Q3	1-9
<b>Laundry &amp; Home Care</b>						
2014	1.188	3.474	171	527	14,4%	15,2%
2013	1.167	3.531	185	527	15,8%	14,9%
organisch	3,5%	4,6%	-	-	-	-
2014 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	200	580	16,8%	16,7%
2013 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	186	544	15,9%	15,4%
<b>Beauty Care</b>						
2014	918	2.671	98	346	10,6%	13,0%
2013	886	2.683	122	381	13,8%	14,2%
organisch	0,8%	2,0%	-	-	-	-
2014 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	140	419	15,2%	15,7%
2013 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	132	400	14,9%	14,9%
<b>Adhesive Technologies</b>						
2014	2.100	6.062	354	1.031	16,9%	17,0%
2013	2.095	6.177	365	1.012	17,4%	16,4%
organisch	2,7%	3,5%	-	-	-	-
2014 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	373	1.055	17,8%	17,4%
2013 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	373	1.055	17,8%	17,1%
<b>Henkel</b>						
2014	4.236	12.302	603	1.800	14,2%	14,6%
2013	4.184	12.503	649	1.821	15,5%	14,6%
organisch	2,3%	3,3%	-	-	-	-
2014 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	693	1.986	16,4%	16,1%
2013 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	672	1.932	16,1%	15,5%

Henkel	Q3/2013	Q3/2014	Veränd.	1-9/ 2013	1-9/ 2014	Veränd.
<b>Ergebnis je Vorzugsaktie</b> in Euro	1,06	1,01	-4,7%	2,93	3,07	4,8%
<b>Bereinigtes EPS je Vorzugsaktie</b> in Euro <sup>1)</sup>	1,10	1,17	6,4%	3,13	3,37	7,7%

Veränderungen auf Basis der Werte in Tausend Euro

<sup>1)</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen