

Statement Kasper Rorsted
Vorsitzender des Vorstands
Conference-Call
7. Mai 2015, 10.30 Uhr

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserer Telefonkonferenz.

Heute Morgen haben Sie unsere Pressemeldung und den Quartalsbericht über den Geschäftsverlauf in den ersten drei Monaten 2015 erhalten.

Im Folgenden möchte ich Ihnen kurz die wichtigsten Daten und unseren Ausblick für 2015 vorstellen. Anschließend beantworten unser Finanzvorstand Carsten Knobel und ich gerne Ihre Fragen.

Meine Damen und Herren,

die Weltwirtschaft ist im ersten Quartal um etwa 2,5 Prozent gewachsen. Dabei legte die Industrieproduktion mit rund 3 Prozent etwas stärker zu als der private Konsum, der um 2,5 Prozent wuchs.

Regional gibt es weiterhin starke Unterschiede. Am stärksten entwickelten sich die Wachstumsregionen in Asien mit einem Zuwachs von rund 6 Prozent und Nordamerika mit einem Plus von etwa 3 Prozent.

Dagegen wuchs die Wirtschaft in Westeuropa nur um rund 1 Prozent. Noch schwieriger war die Situation in Lateinamerika und in Osteuropa. In beiden Regionen stagnierte die Wirtschaft.

Unterschiedlich war die Entwicklung auch bei den Wechselkursen. Während der Dollar gegenüber dem Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich zulegte, werteten einige Währungen in den Wachstumsregionen ab.

Dennoch hat sich Henkel im ersten Quartal stark entwickelt und ist gut in das Jahr 2015 gestartet. Wir haben Umsatz und Ergebnis deutlich gesteigert. Auch in den Wachstumsmärkten schnitten wir erneut sehr stark ab.

Nun möchte ich Sie durch die wichtigsten Zahlen des ersten Quartals führen.

Zwischen Januar und März 2015 stieg der Umsatz deutlich um 12,7 Prozent auf 4,4 Mrd. Euro. Dazu haben die gute organische Entwicklung, die Zukäufe aus dem Vorjahr und der starke US-Dollar beigetragen.

Diese drei Effekte setzen sich wie folgt zusammen: Das organische Umsatzwachstum betrug 3,6 Prozent. Die Wechselkurseffekte machten 5,8 Prozent des Anstiegs aus. Akquisitionen und Divestments erhöhten die Umsätze in Summe um 3,3 Prozent.

Insgesamt erzielten wir den höchsten Quartalsumsatz in der Geschichte des Unternehmens.

Alle Unternehmensbereiche wuchsen sowohl auf berichteter Basis als auch organisch. Laundry & Home Care gelang ein starkes organisches Umsatzplus von 5,2 Prozent. Im Bereich Beauty Care lag der organische Zuwachs bei guten 2,1 Prozent. Adhesive Technologies verzeichnete ebenfalls ein gutes organisches Plus von 3,3 Prozent.

Der Blick in die Regionen zeigt, dass wir die Umsätze überall organisch steigern oder auf dem Niveau des Vorjahres halten konnten.

Der Umsatz in Westeuropa blieb trotz des intensiven Wettbewerbs stabil. Auch in Nordamerika blieb das Umfeld herausfordernd. Dennoch gelang uns hier ein organisches Wachstum von 2,4 Prozent.

Wir haben in diesem Jahr bereits mehrfach betont, wie wichtig es uns ist, unser Geschäft in Nordamerika wieder zu Wachstum zu führen. Dabei setzen wir auf verschiedene Maßnahmen. Hierzu gehören Veränderungen im Management, beim Produktportfolio und bei den internen Prozessen. Wir haben im Auftaktquartal erste Erfolge gesehen. Es gilt nun, diese Entwicklung fortzusetzen. Wir wissen, dass hier noch ein gutes Stück Arbeit vor uns liegt.

Wie in den vorherigen Quartalen spielten die Wachstumsmärkte für uns eine wichtige Rolle. Dort verzeichneten wir ein sehr starkes organisches Umsatzplus von 7,7 Prozent. In China, unserem drittgrößten Markt, wuchsen die Umsätze organisch sehr stark. In Indien erzielten wir ein starkes organisches Wachstum. In Indonesien gelang uns ein zweistelliges Plus.

In Osteuropa stieg der Umsatz organisch um 6,7 Prozent. Das gelang trotz der Belastungen durch den Konflikt zwischen Russland und der Ukraine. Zum guten Abschneiden in der Region trug vor allem das zweistellige Wachstum in Russland bei.

In Lateinamerika gelang ein organischer Zuwachs von 5,3 Prozent. Die starke Verbesserung ging vor allem auf die Geschäfte in Mexiko zurück. Besonders erfreulich lief es in Afrika/Nahost. Obwohl die politische Situation in einigen Ländern belastete, erzielten wir hier ein organisches Plus von 12,3 Prozent.

Bereinigt um einmalige Erträge, einmalige Aufwendungen sowie Restrukturierungsaufwendungen stieg das betriebliche Ergebnis konzernweit deutlich um 14,1 Prozent auf 707 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite wuchs um 0,2 Prozentpunkte auf 16,0 Prozent.

Beim bereinigten Quartalsüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile erreichten wir 510 Mio. Euro. Das ist ein Zuwachs von 12,8 Prozent.

Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie stieg um 13,5 Prozent auf 1 Euro und 18 Cent.

Das Verhältnis von Netto-Umlaufvermögen zum Umsatz ist gegenüber dem Vorjahr um 1,4 Prozentpunkte auf 6,2 Prozent gestiegen. Dies geht vor allem auf die Akquisitionen des Jahres 2014 sowie auf Wechselkurseffekte zurück.

Bei der Nettofinanzposition wies Henkel Ende März eine Nettogeldanlage von 10 Mio. Euro aus – ein Plus von rund 160 Mio. Euro gegenüber dem Wert zum Jahresende 2014.

Damit komme ich zum Ausblick für das laufende Geschäftsjahr.

Wir erwarten, dass das globale wirtschaftliche Umfeld schwierig bleibt. Die Volatilität an den Devisenmärkten wird uns auch 2015 begleiten.

Mit Blick auf den anhaltenden Konflikt zwischen Russland und der Ukraine erwarten wir keine wirtschaftliche Besserung in Osteuropa. Wir gehen davon aus, dass die Wirtschaft in der Region im laufenden Jahr stagniert.

In diesem volatilen Umfeld vertrauen wir auf unsere Wettbewerbsfähigkeit. Sie beruht auf unseren starken Marken, unserer Innovationskraft und unseren Marktpositionen, die wir festigen und ausbauen werden.

Gleichzeitig bleiben schnelle Reaktion und hohe Flexibilität für unseren Erfolg unabdingbar. Wir werden unsere Strukturen und Prozesse daher weiter vereinfachen und beschleunigen.

Für das laufende Geschäftsjahr bestätigen wir unseren Ausblick.

Wir erwarten ein organisches Umsatzwachstum von 3 bis 5 Prozent. Henkel geht davon aus, dass das Wachstum der Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Laundry & Home Care jeweils in dieser Bandbreite liegen wird. Für den Unternehmensbereich Beauty Care erwarten wir ein Wachstum von etwa 2 Prozent.

Der Anteil der Wachstumsmärkte am Umsatz soll konstant bleiben.

Bei der bereinigten Umsatzrendite rechnen wir mit einem Anstieg auf etwa 16 Prozent. Wir gehen davon aus, dass alle Unternehmensbereiche dazu beitragen werden.

Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie soll um etwa 10 Prozent zulegen.

Meine Damen und Herren,

vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Herr Knobel und ich stehen Ihnen jetzt für Fragen zur Verfügung.

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.