

Presseinformation

12. August 2014

Ausblick für das Gesamtjahr 2014 bestätigt

Henkel setzt gute Entwicklung im zweiten Quartal fort

- Gutes organisches Umsatzwachstum: +3,3%
- Wechselkurseffekte beeinflussen Umsatz: 4.137 Mio. Euro (-3,5%)
- Bereinigtes betriebliches Ergebnis: +2,1% auf 674 Mio. Euro
- Bereinigte EBIT-Marge: +0,9 Prozentpunkte auf 16,3%
- Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie: +8,4% auf 1,16 Euro
- Wachstumsregionen mit starkem organischem Umsatzanstieg: +6,5%

Düsseldorf – „Henkel hat seine gute Entwicklung im zweiten Quartal 2014 fortgesetzt. In einem weiterhin schwierigen Marktumfeld haben alle Unternehmensbereiche ihre Umsätze organisch ausgebaut und die Profitabilität weiter verbessert“, sagte Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands. „Mit einem starken organischen Umsatzplus trugen die Wachstumsmärkte erneut überdurchschnittlich zum Wachstum bei. Auch in den reifen Märkten haben wir weiter zugelegt. Die negativen Wechselkurseffekte machten sich dagegen weiterhin stark bemerkbar.“

Mit Blick auf das laufende Geschäftsjahr sagte Rorsted: „Aufgrund des sich zuspitzenden Konflikts zwischen Russland und der Ukraine sowie den anhaltenden politischen Unruhen in Nahost gehen wir von negativen Einflüssen auf das Marktumfeld aus. Vor diesem Hintergrund erwarten wir in der zweiten Jahreshälfte ein schwächeres Wachstum des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie als im ersten Halbjahr. Daher bleiben schnelle

Reaktion und hohe Flexibilität für uns entscheidende Erfolgsfaktoren und wir werden unsere Prozesse und Strukturen ständig weiter vereinfachen und beschleunigen.“

Henkel bestätigt den Ausblick

Trotz des schwierigen Umfelds bestätigte Rorsted den bisherigen Ausblick: „Wir erwarten für das Geschäftsjahr 2014 ein organisches Umsatzwachstum zwischen 3 und 5 Prozent. Für die bereinigte EBIT-Marge rechnen wir mit einem Anstieg auf etwa 15,5 Prozent und für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie mit einem Zuwachs im hohen einstelligen Prozentbereich.“

Gute Fortschritte bei Strategieumsetzung

Rorsted sieht Henkel weiter auf einem guten Weg bei der Umsetzung der strategischen Prioritäten und Ziele bis zum Jahr 2016. Im Laufe des zweiten Quartals hatte Henkel Akquisitionen im Gesamtwert von rund 1,2 Milliarden Euro bekanntgegeben.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2014

Im zweiten Quartal 2014 schwächten sich vor allem die Währungen der Wachstumsregionen sowie der US-Dollar weiter ab. Bedingt durch die negativen Wechselkurseffekte lag der konzernweite **Umsatz** mit 4.137 Mio. Euro um 3,5 Prozent unter dem Wert des Vorjahresquartals. **Organisch**, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, stieg der Umsatz dagegen um 3,3 Prozent.

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** zeigte ein gutes organisches Umsatzplus von 4,2 Prozent. Dem Unternehmensbereich **Beauty Care** gelang ein gutes organisches Umsatzwachstum von 2,1 Prozent. **Adhesive Technologies** verzeichnete ebenfalls einen guten organischen Zuwachs von 3,7 Prozent.

Das um einmalige Erträge, einmalige Aufwendungen sowie Restrukturierungsaufwendungen **bereinigte betriebliche Ergebnis** stieg um 2,1 Prozent von 660 Mio. Euro auf 674 Mio. Euro. Das berichtete betriebliche Ergebnis (EBIT) lag bei 589 Mio. Euro nach 607 Mio. Euro im Vorjahresquartal.

Die **bereinigte Umsatzrendite** (EBIT-Marge) legte sehr stark um 0,9 Prozentpunkte von 15,4 auf 16,3 Prozent zu. Die berichtete Umsatzrendite erreichte mit 14,2 Prozent das Niveau des Vorjahresquartals.

Das **Finanzergebnis** lag bei -11 Mio. Euro nach -27 Mio. Euro im zweiten Quartal 2013. Diese positive Entwicklung geht im Wesentlichen auf ein besseres Nettozinsergebnis zurück. Die Ursachen waren unter anderem die Rückzahlungen der Senior Bonds im Juni 2013 und im März 2014 sowie auslaufende Zinsfixierungen im März 2014. Die Steuerquote betrug 22,8 Prozent nach 25,5 Prozent im Vorjahresquartal.

Der **Quartalsüberschuss** stieg um 3,2 Prozent von 432 Mio. auf 446 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 5 Mio. Euro lag der Überschuss bei 441 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 418 Mio. Euro). Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 499 Mio. Euro gegenüber 461 Mio. Euro im Vorjahr. Das **Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) stieg von 0,96 auf 1,02 Euro. Bereinigt legte es um 8,4 Prozent von 1,07 Euro im zweiten Quartal 2013 auf 1,16 Euro im zweiten Quartal 2014 zu.

Das Verhältnis von **Netto-Umlaufvermögen zum Umsatz** lag bei 6,0 Prozent nach 5,2 Prozent im gleichen Vorjahreszeitraum. Bei der **Nettofinanzposition** wies Henkel zum 30. Juni 2014 eine Nettogeldanlage von 156 Mio. Euro aus. Diese lag rund 300 Mio. Euro über dem Wert des Vorjahresquartals.

Geschäftsverlauf von Januar bis Juni 2014

Aufgrund der Wechselkursbelastungen lag der **Umsatz** im ersten Halbjahr 2014 mit 8.066 Mio. Euro um 3,0 Prozent unter dem Wert des Vorjahreszeitraums. Dagegen gelang mit plus 3,8 Prozent ein gutes **organisches Umsatzwachstum**. Zu dieser guten Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei. Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** legte um 2,7 Prozent von 1.260 Mio. auf 1.293 Mio. Euro zu. Die **bereinigte Umsatzrendite** (EBIT-Marge) stieg sehr stark von 15,1 Prozent auf 16,0 Prozent. Auch an dieser erfolgreichen Entwicklung hatten alle Unternehmensbereiche ihren Anteil.

Der **bereinigte Halbjahresüberschuss** erreichte 963 Mio. Euro nach 902 Mio. Euro im gleichen Vorjahreszeitraum. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 12 Mio. Euro stieg der bereinigte Halbjahresüberschuss um 8,3 Prozent von 878 Mio. auf 951 Mio. Euro. Das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) übertraf mit 2,20 Euro den Vergleichswert des Vorjahres um 8,4 Prozent.

Entwicklung der Unternehmensbereiche im zweiten Quartal 2014

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** setzte im zweiten Quartal seinen profitablen Wachstumskurs fort und baute seine Position in den relevanten Märkten weiter aus. Der **Umsatz** stieg gegenüber dem Vorjahr organisch um 4,2 Prozent. Nominal lag der Umsatz bei 1.139 Mio. Euro nach 1.186 Mio. Euro im gleichen Vorjahreszeitraum.

Die gute organische Umsatzentwicklung ging im Wesentlichen auf die Wachstumsmärkte zurück. Diese konnten erneut zweistellig zulegen, maßgeblich getrieben durch die Region Afrika/Nahost. Auch Lateinamerika trug mit einem guten Umsatzzuwachs zu der erfolgreichen Geschäftsentwicklung bei. In Osteuropa gelang in einem schwierigen Marktumfeld ebenfalls eine gute Umsatzentwicklung. In den reifen Märkten lag der organische Umsatz insgesamt unter dem Vorjahresquartal. Dabei verzeichnete Westeuropa steigende Umsätze. In Nordamerika dagegen

erreichte der Umsatz wegen des verstärkt rückläufigen Marktes und eines sehr intensiven Wettbewerbsumfelds nicht das Niveau des Vorjahresquartals.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** im Bereich Laundry & Home Care legte um 4,2 Prozent auf 190 Mio. Euro zu. Die bereinigte Umsatzrendite stieg gegenüber dem zweiten Quartal 2013 signifikant um 1,3 Prozentpunkte auf 16,6 Prozent. Das berichtete betriebliche Ergebnis lag bei 160 Mio. Euro nach 167 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum.

Auch der Unternehmensbereich **Beauty Care** setzte seinen profitablen Wachstumskurs im zweiten Quartal 2014 fort. Das organische Umsatzwachstum lag mit 2,1 Prozent erneut über dem der relevanten Märkte und führte zu höheren Marktanteilen. Nominal erreichte der **Umsatz** 897 Mio. Euro nach 923 Mio. Euro im Vorjahresquartal.

In den Wachstumsmärkten setzte sich die starke organische Umsatzentwicklung fort. In Asien (ohne Japan) legte der Umsatz erneut im zweistelligen Bereich zu. Die Region Afrika/Nahost erzielte ein sehr starkes Wachstum. Osteuropa knüpfte an seine bisherige, gute Entwicklung an. In den reifen Märkten, die weiterhin von einer negativen Marktentwicklung, zunehmenden Promotionsaktivitäten und höherem Preisdruck gekennzeichnet waren, gelang eine stabile Entwicklung. In Westeuropa wurde ein positives Wachstum erzielt. Wegen des stark intensivierten Preiswettbewerbs erreichte der Umsatz in Nordamerika nicht das Niveau des zweiten Quartals 2013. Auch die reifen Märkte der Region Asien/Pazifik knüpften nicht an das Niveau des Vorjahresquartals an.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** des Bereichs Beauty Care stieg gegenüber dem Vorjahr deutlich um 5,1 Prozent und erreichte 145 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich signifikant um 1,3 Prozentpunkte auf 16,2 Prozent. Das berichtete betriebliche Ergebnis lag mit 135 Mio. Euro auf Höhe des Vorjahresquartals.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** ist im zweiten Quartal weiter profitabel gewachsen und erzielte mit plus 3,7 Prozent erneut ein gutes organisches Umsatzwachstum. Nominal betrug der **Umsatz** 2.069 Mio. Euro nach 2.138 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum.

Die Wachstumsregionen verzeichneten eine gute organische Umsatzentwicklung. Die höchsten Zuwächse erzielten dabei die Regionen Asien (ohne Japan) und Afrika/Nahost, deren Umsatz jeweils stark zulegte. In Lateinamerika gelang ein guter Umsatzanstieg. Auch Osteuropa entwickelte sich gut, trotz der schwierigen politischen Lage in Teilen dieser Region. In den reifen Märkten konnte eine gute Umsatzsteigerung erzielt werden, vor allem dank eines guten Wachstums in Westeuropa sowie der besseren Entwicklung in Südeuropa. Nordamerika verzeichnete eine positive Umsatzentwicklung, während die Umsätze in den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik nicht das Niveau des zweiten Quartals 2013 erreichten.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** des Bereichs Adhesive Technologies lag mit 362 Mio. Euro auf Vorjahresniveau. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr sehr stark um 0,6 Prozentpunkte auf 17,5 Prozent. Das berichtete betriebliche Ergebnis stieg um 4,0 Prozent auf 346 Mio. Euro.

Regionale Entwicklung im zweiten Quartal 2014

In einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld stieg der Umsatz in der Region **Westeuropa** um 1,9 Prozent auf 1.450 Mio. Euro. Organisch wuchs der Umsatz um 2,2 Prozent. Dabei gelang es, die leichten Rückgänge in Südeuropa vor allem durch das Wachstum in Frankreich und in den Benelux-Ländern zu kompensieren. Der Umsatz in der Region **Osteuropa** betrug 739 Mio. Euro nach 799 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Das organische Wachstum lag bei 2,8 Prozent. Hierzu trugen vor allem die Geschäfte in Russland und in der Türkei bei. In der Region **Afrika/Nahost** lag der Umsatz bei 287 Mio. Euro gegenüber 307 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Trotz der anhaltenden politischen Unruhen in einigen Ländern verzeichnete die Region mit plus 17,5 Prozent erneut ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum.

In der Region **Nordamerika** erreichte der Umsatz 703 Mio. Euro nach 760 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum. Organisch lag der Umsatz 0,7 Prozent unter dem Wert des Vergleichs quartals. Das Geschäft war insbesondere von einem weiter intensivierten Promotionswettbewerb in den Konsumgütergeschäften beeinflusst. In **Lateinamerika** lag der Umsatz bei 259 Mio. Euro gegenüber 282 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Organisch wuchs der Umsatz dagegen um 3,8 Prozent, vor allem dank der Geschäfte in Mexiko. In der Region **Asien/Pazifik** lag der Umsatz bei 666 Mio. Euro nach 675 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum. Organisch verbesserte sich der Umsatz um 5,5 Prozent. Diese starke Entwicklung ging insbesondere auf das zweistellige Wachstum in China zurück.

Negative Währungskurseffekte reduzierten den Umsatz in den **Wachstumsregionen** Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) nominal um 5,1 Prozent auf 1.844 Mio. Euro. Organisch gelang hingegen ein Plus von 6,5 Prozent. Getragen von allen Unternehmensbereichen trugen die Wachstumsregionen damit erneut überdurchschnittlich zum Konzernwachstum bei. Ihr Umsatzanteil lag mit 45 Prozent auf Höhe des zweiten Quartals 2013. In den **reifen Märkten** stieg der Umsatz organisch um 0,9 Prozent und lag bei 2.261 Mio. Euro.

Ausblick des Henkel-Konzerns 2014

Für das Geschäftsjahr 2014 erwartet Henkel ein organisches Umsatzwachstum von 3 bis 5 Prozent. Henkel geht davon aus, dass das Wachstum der Unternehmensbereiche jeweils in dieser Bandbreite liegen wird. Im Einklang mit der Strategie 2016 erwartet Henkel einen leichten Anstieg des Umsatzanteils der Wachstumsmärkte. Gegenüber den Werten des Jahres 2013 erwartet Henkel bei der bereinigten Umsatzrendite (EBIT) eine Steigerung auf etwa 15,5 Prozent und einen Anstieg des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie 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

Lars Witteck

Tel. +49 211 797 - 2606

Fax +49 211 798 - 4040

E-Mail: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Tel. +49 211 797 - 1875

Fax +49 211 798 - 4040

E-Mail: wulf.klueppelholz@henkel.com

Henkel AG & Co. KGaA

Den Bericht für das zweite 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/veroeffentlichung-bericht-q2-2014-53178.htm>

Kennzahlen 2. Quartal 2014 und 1-6/2014

in Mio. Euro	Umsatz		EBIT		EBIT Marge	
	Q2	1-6	Q2	1-6	Q2	1-6
Laundry & Home Care						
2014	1.139	2.286	160	356	14,0%	15,6%
2013	1.186	2.363	167	342	14,1%	14,5%
organisch	4,2%	5,1%	-	-	-	-
2014 bereinigt ¹⁾	-	-	190	380	16,6%	16,6%
2013 bereinigt ¹⁾	-	-	182	358	15,3%	15,2%
Beauty Care						
2014	897	1.753	135	248	15,0%	14,2%
2013	923	1.796	135	259	14,6%	14,4%
organisch	2,1%	2,6%	-	-	-	-
2014 bereinigt ¹⁾	-	-	145	279	16,2%	15,9%
2013 bereinigt ¹⁾	-	-	138	268	14,9%	14,9%
Adhesive Technologies						
2014	2.069	3.962	346	677	16,7%	17,1%
2013	2.138	4.082	333	646	15,6%	15,8%
organisch	3,7%	3,9%	-	-	-	-
2014 bereinigt ¹⁾	-	-	362	681	17,5%	17,2%
2013 bereinigt ¹⁾	-	-	362	682	16,9%	16,7%
Henkel						
2014	4.137	8.066	589	1.197	14,2%	14,8%
2013	4.286	8.319	607	1.172	14,2%	14,1%
organisch	3,3%	3,8%	-	-	-	-
2014 bereinigt ¹⁾	-	-	674	1.293	16,3%	16,0%
2013 bereinigt ¹⁾	-	-	660	1.260	15,4%	15,1%

Henkel	Q2/2013	Q2/2014	Veränd.	1-6/ 2013	1-6/ 2014	Veränd.
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,96	1,02	6,3%	1,87	2,06	10,2%
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro ¹⁾	1,07	1,16	8,4%	2,03	2,20	8,4%

Veränderungen auf Basis der Werte in Tausend Euro

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen