

Investor Relations News

16. November 2012

Henkel mit bislang bestem Quartal

Henkel fest überzeugt, Finanzziele 2012 zu erreichen

- Umsatzsteigerung von 6,6 Prozent auf 4.294 Mio. Euro (organisch: + 2,5%)
- Bereinigtes* betriebliches Ergebnis: + 16,7 Prozent auf 631 Mio. Euro
- Bereinigte* EBIT-Marge: + 1,3 Prozentpunkte auf 14,7 Prozent
- Bereinigtes* Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): + 16,5 Prozent auf 0,99 Euro
- Umsatzanteil in den Wachstumsregionen auf 44 Prozent erhöht
- Free Cashflow um mehr als 50 Prozent erhöht, Nettoverschuldung deutlich reduziert
- Ziele für 2012 bekräftigt

Düsseldorf – „Obwohl das Marktumfeld im dritten Quartal 2012 schwieriger geworden ist, hat Henkel seine erfolgreiche Entwicklung fortgesetzt und die Finanzkennzahlen auf neue Höchstwerte gesteigert. Wir haben in allen Unternehmensbereichen profitables Wachstum erzielt und die EBIT-Marge noch einmal deutlich auf einen neuen Rekordwert verbessert. Diese Entwicklung basiert auf der klaren Ausrichtung auf unsere strategischen Prioritäten. Wir sind auf einem sehr guten Weg und fest davon überzeugt, unsere Ziele für das Gesamtjahr 2012 zu erreichen“, sagte Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands. „Wir gehen davon aus, dass die Volatilität und die Unsicherheiten in unseren Märkten anhalten werden. Dadurch sehen wir auch weiterhin die Notwendigkeit, unsere Prozesse und Strukturen zu überprüfen, anzupassen und zu verbessern“, ergänzte Rorsted.

Ausblick für 2012 bestätigt

„Auf der Basis der erfolgreichen Entwicklung in den ersten neun Monaten sind wir überzeugt, unsere für das Gesamtjahr 2012 gesteckten Ziele zu erreichen. Wir erwarten ein organisches Umsatzwachstum zwischen 3 und 5 Prozent und für die bereinigte EBIT-Marge einen Anstieg auf 14 Prozent. Für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie gehen wir weiter von einem Wachstum von rund 15 Prozent aus“, sagte Kasper Rorsted.

Im dritten Quartal 2012 hat Henkel den **Umsatz** auf 4.294 Mio. Euro und damit um 6,6 Prozent gegenüber dem Wert des Vorjahresquartals gesteigert. **Organisch**, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, stieg der Umsatz um 2,5 Prozent.

Zu dieser Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei. Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** zeigte eine gute organische Wachstumsrate von 4,6 Prozent. Der Unternehmensbereich **Beauty Care** erreichte ebenfalls ein gutes organisches Umsatzwachstum von 3,3 Prozent. Im Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** konnte ein positives organisches Umsatzwachstum von 1,0 Prozent erzielt werden.

Das um einmalige Erträge, einmalige Aufwendungen sowie Restrukturierungsaufwendungen **bereinigte betriebliche Ergebnis** verbesserte sich um 16,7 Prozent von 541 Mio. Euro auf 631 Mio. Euro. Zu dieser Verbesserung trugen alle drei Unternehmensbereiche bei. Das berichtete betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg von 451 Mio. Euro auf 586 Mio. Euro.

Die **bereinigte Umsatzrendite** (EBIT-Marge) wurde deutlich um 1,3 Prozentpunkte von 13,4 Prozent auf 14,7 Prozent gesteigert. Die berichtete Umsatzrendite lag bei 13,6 Prozent nach 11,2 Prozent im Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Das **Finanzergebnis** lag bei -42 Mio. Euro im Vergleich zu -37 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Die Veränderung ist im Wesentlichen auf Kurssicherungskosten zurückzuführen. Die **Steuerquote** lag mit 24,8 Prozent leicht über dem Wert des Vorjahresquartals (24,2 Prozent).

Der Quartalsüberschuss stieg um 30,3 Prozent von 314 Mio. Euro auf 409 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 12 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 397 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 307 Mio. Euro). Der **bereinigte Quartalsüberschuss** nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 429 Mio. Euro gegenüber 366 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Das **Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) stieg von 0,71 Euro auf 0,92 Euro. Bereinigt lag es bei 0,99 Euro gegenüber 0,85 Euro im dritten Quartal 2011.

Eine nochmals deutliche Verbesserung wurde beim Management des Netto-Umlaufvermögens erzielt. Im Vergleich zum Vorjahr wurde das Verhältnis von **Netto-Umlaufvermögen zum Umsatz** um 1,4 Prozentpunkte auf 6,6 Prozent verbessert. Auch die **Nettoverschuldung** wurde zum 30. September 2012 deutlich zurückgeführt. Sie lag bei 612 Mio. Euro (30.9.2011: 1.570 Mio. Euro).

Geschäftsverlauf Januar bis September 2012

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2012 erzielte Henkel gegenüber dem Vorjahreszeitraum einen starken **Umsatzanstieg** von 6,0 Prozent auf 12.508 Mio. Euro. Auch das **organische Umsatzwachstum** zeigte im Vergleich zu den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2011 mit 3,7 Prozent eine gute Steigerungsrate. Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** stieg um 17,3 Prozent von 1.528 Mio. Euro auf 1.791 Mio. Euro. Zu dieser Verbesserung trugen alle Unternehmensbereiche bei. Die **bereinigte Umsatzrendite** (EBIT-Marge) wurde von 12,9 Prozent auf 14,3 Prozent gesteigert.

Der **bereinigte Dreivierteljahresüberschuss** erhöhte sich um 20,5 Prozent von 1.044 Mio. Euro auf 1.258 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in

Höhe von 32 Mio. Euro (Vorjahr: 21 Mio. Euro) lag der bereinigte Dreivierteljahresüberschuss bei 1.226 Mio. Euro (Vorjahr: 1.023 Mio. Euro). Das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)** stieg um 19,4 Prozent von 2,37 Euro auf 2,83 Euro.

Entwicklung der Unternehmensbereiche im dritten Quartal 2012

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** setzte auch im dritten Quartal seine gute Umsatz- und Ergebnisentwicklung fort. Alle wesentlichen Kennziffern wurden gegenüber dem dritten Quartal 2011 deutlich übertroffen. Nominal stieg der **Umsatz** um 7,6 Prozent auf 1.194 Mio. Euro nach 1.110 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Organisch konnte der Umsatz um 4,6 Prozent gesteigert werden.

Alle Regionen trugen zu der guten Umsatzentwicklung bei. Die stärkste Dynamik zeigten erneut die Wachstumsmärkte, in denen insgesamt ein Wachstum im hohen einstelligen Bereich erzielt wurde. In Lateinamerika stieg der Umsatz fast zweistellig. Ebenfalls sehr stark entwickelte sich der Umsatz in Osteuropa, unterstützt vor allem durch zweistellige Wachstumsraten in Russland und der Türkei. In der Region Afrika/Nahost wurde der Umsatz trotz der politischen und gesellschaftlichen Unruhen im Nahen Osten stark gesteigert. In Westeuropa wurde wiederum ein positives Umsatzwachstum verzeichnet, vor allem getragen durch eine sehr starke Entwicklung in Frankreich. In einem weiterhin schwachen Marktumfeld in den südeuropäischen Ländern zeigte auch Italien eine gute Entwicklung. In Nordamerika wurde der Umsatz in einem nach wie vor rückläufigen Markt erneut verbessert.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** stieg deutlich um 11,3 Prozent auf 173 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich um 0,5 Prozentpunkte auf 14,5 Prozent und erreichte damit das hohe Niveau der ersten beiden Quartale dieses Jahres. Hier machten sich fortgesetzte Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung positiv bemerkbar. Das berichtete betriebliche Ergebnis stieg gegenüber dem Vergleichsquartal des Vorjahres deutlich von 125 Mio. Euro auf 168 Mio. Euro.

Der Unternehmensbereich **Beauty Care** setzte auch im dritten Quartal seinen profitablen Wachstumskurs fort. Der **Umsatz** lag nominal bei 908 Mio. Euro und damit um 5,6 Prozent über dem Wert des Vorjahresquartals von 860 Mio. Euro. Organisch stieg der Umsatz um 3,3 Prozent.

Zu der guten Umsatzentwicklung trugen wie in den vorangegangenen Quartalen insbesondere die Wachstumsregionen bei. Asien (ohne Japan) und die Region Afrika/Nahost entwickelten sich weiterhin sehr dynamisch und erzielten zweistellige Wachstumsraten. In Lateinamerika schwächte sich die Wachstumsdynamik leicht ab. In den reifen Märkten wurde der Umsatz insgesamt gesteigert. So konnte in Westeuropa trotz der negativen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und eines anhaltend schwachen Marktumfelds ein gutes Umsatzwachstum erzielt werden. Nordamerika entwickelte sich sehr positiv. Hier wurde der Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal stark gesteigert. Dagegen blieben die reifen Märkte in der Region Asien/Pazifik unter dem Niveau des dritten Quartals 2011.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** wurde um 8,6 Prozent auf 133 Mio. Euro gesteigert. Mit 14,7 Prozent verbesserte sich die bereinigte Umsatzrendite um 0,4 Prozentpunkte gegenüber dem dritten Quartal 2011. Das berichtete betriebliche Ergebnis lag bei 114 Mio. Euro nach 111 Mio. Euro im Vergleichsquartal des Vorjahres.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** setzte seine positive Umsatzentwicklung im dritten Quartal 2012 fort. So stieg der **Umsatz** nominal um 6,6 Prozent auf 2.153 Mio. Euro. Das organische Wachstum lag bei 1,0 Prozent.

Die Wachstumsregionen trugen insgesamt mit einer guten Umsatzsteigerung zu dieser Entwicklung bei. Besondere Impulse kamen aus den Regionen Asien (ohne Japan) und Osteuropa. Der Umsatz in Afrika/Nahost zeigte ebenfalls eine gute Entwicklung. Dagegen blieb der Umsatz in Lateinamerika leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Ebenfalls rückläufig entwickelte sich der Umsatz in Westeuropa. Hier konnten die Auswirkungen der negativen wirtschaftlichen

Rahmenbedingungen – insbesondere in den südeuropäischen Ländern – nicht vollständig kompensiert werden. Die Geschäfte in Nordamerika verzeichneten dagegen insgesamt einen guten Umsatzanstieg.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** verbesserte sich erneut deutlich um 18,3 Prozent auf 345 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich um 1,6 Prozentpunkte und erreichte erstmals einen Wert von 16,0 Prozent. Das berichtete betriebliche Ergebnis stieg im Vergleich zum Vorjahresquartal um 29,5 Prozent auf 329 Mio. Euro.

Regionale Entwicklung

In einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld in der Region **Westeuropa**, die rund ein Drittel des Konzernumsatzes ausmacht, blieb der Umsatz mit 1.423 Mio. Euro auf dem Niveau des Vorjahresquartals. Organisch ging der Umsatz leicht um 0,8 Prozent zurück. Dies ist im Wesentlichen auf die rezessive wirtschaftliche Entwicklung in Südeuropa zurückzuführen. Der Umsatz in der Region **Osteuropa** wurde um 6,5 Prozent auf 825 Mio. Euro gesteigert. Das organische Wachstum lag bei 4,3 Prozent. Hierzu trugen vor allem die Geschäfte in der Türkei und in Russland bei. In der Region **Afrika/Nahost** stieg der Umsatz um 12,2 Prozent auf 265 Mio. Euro. Das organische Umsatzwachstum erreichte 6,3 Prozent. Dazu leisteten alle Unternehmensbereiche einen Beitrag.

Der Umsatz in der Region **Nordamerika** stieg um 13,0 Prozent auf 790 Mio. Euro. Organisch stieg der Umsatz trotz eines verhaltenen Konsumklimas um 2,8 Prozent. In der Region **Lateinamerika** blieb der Umsatz mit 272 Mio. Euro nahezu auf Vorjahresniveau. Das organische Umsatzwachstum lag bei 1,5 Prozent. Zu dieser Verbesserung trug insbesondere die Geschäftsentwicklung in Mexiko bei. Die Region **Asien/Pazifik** verzeichnete ein Umsatzwachstum von 16,1 Prozent auf 680 Mio. Euro. Organisch legte der Umsatz um 6,6 Prozent zu, insbesondere getragen durch ein zweistelliges Wachstum in China.

Besondere Impulse für das Umsatzwachstum kamen wiederum aus den **Wachstumsregionen** Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan). Deren Umsatz konnte um 10,1 Prozent auf 1.885 Mio. Euro gesteigert werden. Organisch stieg der Umsatz um 5,9 Prozent. Der Umsatzanteil der Wachstumsregionen am Konzernumsatz erhöhte sich gegenüber dem Vorjahresquartal von 43 Prozent auf 44 Prozent.

Umsatz- und Ergebnisprognose 2012

Henkel erwartet für das Geschäftsjahr 2012 unverändert ein organisches Umsatzwachstum von 3 bis 5 Prozent. Henkel ist zuversichtlich, in seinen Konsumentengeschäften den positiven Wachstumskurs weiter fortsetzen und ein organisches Umsatzwachstum im niedrigen einstelligen Prozentbereich erzielen zu können. Für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies erwartet Henkel ein organisches Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich. Henkel bestätigt die Prognose für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) von 14 Prozent (2011: 13,0 Prozent). Die Prognose für die Steigerung des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie (2011: 3,14 Euro) hat Henkel mit der Berichterstattung im zweiten Quartal konkretisiert. Henkel erwartet seitdem eine Steigerung von rund 15 Prozent (zuvor: mindestens 10 Prozent).

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.

Kontakt:

Henkel AG & Co. KGaA

Investor Relations

☎ +49 2 11-7 97 39 37

Fax: +49-2 11-7 98 28 63

investor.relations@henkel.com

Kennzahlen 3. Quartal 2012 und 1-9/2012

in Mio. Euro	Umsatz		EBIT		EBIT Marge	
	Q3	1-9	Q3	1-9	Q3	1-9
Laundry & Home Care						
2012	1.194	3.448	168	478	14,1%	13,9%
2011	1.110	3.258	125	382	11,2%	11,7%
organisch	4,6%	4,8%	-	-	-	-
2012 bereinigt ¹⁾	-	-	173	500	14,5%	14,5%
2011 bereinigt ¹⁾	-	-	155	428	14,0%	13,1%
Beauty Care						
2012	908	2.690	114	365	12,5%	13,6%
2011	860	2.562	111	364	13,0%	14,2%
organisch	3,3%	3,4%	-	-	-	-
2012 bereinigt ¹⁾	-	-	133	390	14,7%	14,5%
2011 bereinigt ¹⁾	-	-	123	360	14,3%	14,1%
Adhesive Technologies						
2012	2.153	6.252	329	939	15,3%	15,0%
2011	2.020	5.867	254	767	12,6%	13,1%
organisch	1,0%	3,3%	-	-	-	-
2012 bereinigt ¹⁾	-	-	345	963	16,0%	15,4%
2011 bereinigt ¹⁾	-	-	291	816	14,4%	13,9%
Henkel						
2012	4.294	12.508	586	1.707	13,6%	13,6%
2011	4.028	11.804	451	1.418	11,2%	12,0%
organisch	2,5%	3,7%	-	-	-	-
2012 bereinigt ¹⁾	-	-	631	1.791	14,7%	14,3%
2011 bereinigt ¹⁾	-	-	541	1.528	13,4%	12,9%

Henkel	Q3/2011	Q3/2012	Veränd.	1-9/ 2011	1-9/ 2012	Veränd.
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,71	0,92	29,6%	2,22	2,70	21,6%
Bereinigtes EPS je Vorzugsaktie in Euro	0,85	0,99	16,5%	2,37	2,83	19,4%

Veränderungen auf Basis der Werte in Tausend Euro

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen