

## News Release

19. Mai 2016

Ausblick für das Geschäftsjahr 2016 bestätigt

### Henkel mit gutem Umsatz- und Ergebnisplus im ersten Quartal

- Umsatzanstieg auf 4.456 Mio. Euro: organisch +2,9% (berichtet +0,6%)
- Umsatz in den Wachstumsregionen: organisch +6,3%
- Betriebliches Ergebnis\*: +6,2% auf 751 Mio. Euro
- Ergebnis je Vorzugsaktie\*: +7,6% auf 1,27 Euro
- Starke Verbesserung der EBIT-Marge\*: +80 Basispunkte auf 16,8%

Düsseldorf – „Henkel ist gut in das neue Geschäftsjahr gestartet. Wir haben Umsatz und Ergebnis weiter verbessert und die bereinigte Umsatzrendite deutlich auf 16,8 Prozent gesteigert. Zu der insgesamt guten Entwicklung haben alle drei Unternehmensbereiche beigetragen. In den Wachstumsmärkten haben wir erneut eine starke organische Entwicklung erzielt“, sagte Hans Van Bylen, Vorsitzender des Vorstands.

Mit Blick auf das laufende Geschäftsjahr erklärte Van Bylen: „Wir erwarten auch 2016 ein herausforderndes Umfeld. Die Weltwirtschaft wächst nur verhalten und die Unsicherheit in den Märkten sowie ungünstige Wechselkursentwicklungen werden uns weiterhin begleiten. Wir setzen daher vor allem auf unsere starken Marken, führende Marktpositionen und unsere Innovationskraft, um unsere anspruchsvollen Ziele zu erreichen.“

\* Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen

## Ausblick für 2016 bestätigt

Van Bylen bestätigte den Ausblick für das laufende Geschäftsjahr: „Wir erwarten 2016 ein organisches Umsatzwachstum von 2 bis 4 Prozent. Für die bereinigte EBIT-Marge rechnen wir mit einem Anstieg auf etwa 16,5 Prozent und für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie mit einem Zuwachs zwischen 8 und 11 Prozent.“

## Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Quartal 2016

Im ersten Quartal 2016 stieg der **Umsatz** um 0,6 Prozent auf 4.456 Mio. Euro. Bereinigt um negative Wechselkurseffekte in Höhe von 3,4 Prozent verbesserte sich der Umsatz um 4,0 Prozent. **Organisch**, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, stieg der Umsatz um 2,9 Prozent.

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** zeigte ein gutes organisches Umsatzplus von 4,7 Prozent. Der Unternehmensbereich **Beauty Care** erzielte ein gutes organisches Umsatzwachstum von 2,6 Prozent. Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** verzeichnete ebenfalls einen guten organischen Zuwachs von 2,1 Prozent.

Das um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen **bereinigte betriebliche Ergebnis** (EBIT) stieg um 6,2 Prozent von 707 Mio. Euro auf 751 Mio. Euro. Das berichtete betriebliche Ergebnis wuchs um 10,7 Prozent von 648 Mio. Euro auf 717 Mio. Euro.

Die **bereinigte Umsatzrendite** (EBIT-Marge) legte sehr stark um 0,8 Prozentpunkte auf 16,8 Prozent zu. Die berichtete Umsatzrendite stieg von 14,6 Prozent auf 16,1 Prozent.

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich um 2 Mio. Euro auf -7 Mio. Euro. Die Verbesserung ist insbesondere auf die Rückzahlung der Hybrid-Anleihe im November 2015 zurückzuführen. Die Steuerquote lag bei 24,2 Prozent nach 24,6 Prozent im Vorjahresquartal.

Der **bereinigte Quartalsüberschuss** nach Abzug nicht beherrschender Anteile wuchs um 7,6 Prozent von 510 Mio. Euro auf 549 Mio. Euro. Der berichtete Quartalsüberschuss stieg um 11,6 Prozent von 482 Mio. Euro auf 538 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 13 Mio. Euro erhöhte sich der Überschuss auf 525 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 470 Mio. Euro).

Das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) stieg um 7,6 Prozent von 1,18 Euro auf 1,27 Euro. Berichtet legte es von 1,09 Euro auf 1,21 Euro zu.

Das **Netto-Umlaufvermögen** in Prozent vom Umsatz verbesserte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum im Wesentlichen aufgrund von Währungskurseffekten und geringeren Vorratsbeständen um 0,8 Prozentpunkte auf 5,4 Prozent.

Die **Nettofinanzposition** lag zum 31. März 2016 bei 452 Mio. Euro. Zum 31. Dezember 2015 belief sie sich auf 335 Mio. Euro.

### **Entwicklung der Unternehmensbereiche im ersten Quartal 2016**

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** setzte im ersten Quartal 2016 seinen profitablen Wachstumskurs erfolgreich fort. Dank weiter gestiegener Marktanteile wuchs der **Umsatz** gegenüber dem Vorjahresquartal organisch um 4,7 Prozent und damit stärker als die relevanten Märkte. Nominal legte der Umsatz um 2,7 Prozent auf 1.333 Mio. Euro zu (Vorjahresquartal: 1.298 Mio. Euro).

Der gute organische Umsatzanstieg wurde im Wesentlichen von den Wachstumsmärkten getragen. In Osteuropa und Asien (ohne Japan) fiel das Wachstum jeweils zweistellig aus. Die Region Afrika/Nahost erzielte ein starkes Wachstum, obwohl das Marktumfeld weiterhin sehr schwierig war. Der Umsatz in der Region Lateinamerika

entwickelte sich gut. In den reifen Märkten war die Umsatzentwicklung positiv. In einem wettbewerbsintensiven Umfeld ist der Umsatz in Westeuropa und in Nordamerika gestiegen.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care legte um 9,5 Prozent auf 243 Mio. Euro zu. Die bereinigte Umsatzrendite verzeichnete gegenüber dem ersten Quartal 2015 einen hervorragenden Anstieg von 1,1 Prozentpunkten auf 18,2 Prozent. Das berichtete betriebliche Ergebnis legte um 23,3 Prozent von 192 Mio. Euro auf 236 Mio. Euro zu.

Auch der Unternehmensbereich **Beauty Care** setzte sein profitables Wachstum im ersten Quartal 2016 erfolgreich fort. Höhere Marktanteile führten zu einem organischen Umsatzplus von 2,6 Prozent. Damit lag das Wachstum erneut über dem der relevanten Märkte. Nominal erhöhte sich der **Umsatz** um 1,1 Prozent auf 950 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 940 Mio. Euro).

In den Wachstumsmärkten setzte sich die erfolgreiche Entwicklung mit einem sehr starken organischen Umsatzwachstum fort. Insbesondere Osteuropa trug mit einem zweistelligen Plus dazu bei. In Lateinamerika und Asien (ohne Japan) entwickelte sich der Umsatz positiv. Die Region Afrika/Nahost verzeichnete eine gute Umsatzentwicklung. Der Umsatz in den reifen Märkten entwickelte sich im Vergleich zum Vorjahresquartal positiv. Hierzu trugen insbesondere die Geschäfte in Nordamerika mit einem sehr starken Wachstum bei. In den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik wurde ein positives Wachstum verzeichnet. Bedingt durch weiterhin intensiven Verdrängungswettbewerb und starken Preisdruck lag der Umsatz in der Region Westeuropa unter dem Niveau des Vorjahresquartals.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** des Unternehmensbereichs Beauty Care stieg gegenüber dem Vorjahresquartal um 5,0 Prozent auf 157 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich sehr stark um 0,6 Prozentpunkte auf 16,5 Prozent. Das berichtete betriebliche Ergebnis legte um 7,5 Prozent auf 143 Mio. Euro zu.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erzielte im ersten Quartal ein gutes organisches Umsatzwachstum von 2,1 Prozent. Nominal ging der Umsatz leicht um 0,8 Prozent auf 2.144 Mio. Euro zurück (Vorjahresquartal: 2.160 Mio. Euro).

Die Wachstumsregionen entwickelten sich mit einer guten organischen Umsatzsteigerung weiter erfolgreich. Dabei verzeichnete die Region Lateinamerika einen prozentual zweistelligen Zuwachs. Osteuropa erzielte, trotz der schwierigen politischen Lage in einigen Ländern der Region, ein sehr starkes Wachstum. In Asien (ohne Japan) entwickelte sich der Umsatz positiv. In der Region Afrika/Nahost erreichte der Umsatz nicht das Niveau des ersten Quartals 2015. In den reifen Märkten war der Umsatz insgesamt stabil. Dabei verzeichnete die Region Nordamerika ein positives Umsatzwachstum, während der Umsatz in den reifen Märkten in der Region Asien/Pazifik sowie in Westeuropa leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals blieb.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies legte gegenüber dem ersten Quartal 2015 um 6,4 Prozent auf 376 Mio. Euro zu. Die bereinigte Umsatzrendite verzeichnete einen hervorragenden Anstieg von 1,1 Prozentpunkten auf 17,5 Prozent. Das berichtete betriebliche Ergebnis stieg um 5,5 Prozent auf 364 Mio. Euro.

### **Regionale Entwicklung im ersten Quartal 2016**

In einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld blieb der Umsatz in **Westeuropa** organisch um 0,5 Prozent unter dem Wert des Vorjahresquartals. Dabei konnten die gute Entwicklung in Südeuropa sowie das Wachstum in Frankreich die leicht rückläufige Entwicklung in Deutschland nicht kompensieren. Der berichtete Umsatz in der Region ging leicht auf 1.528 Mio. Euro zurück. In **Osteuropa** legte der Umsatz organisch zweistellig um 10,9 Prozent zu. Hierzu trugen vor allem die Geschäfte in Russland und in der Türkei bei. Berichtet lag der Umsatz mit 629 Mio. Euro leicht über dem Wert des Vorjahresquartals. In **Afrika/Nahost** gelang im ersten Quartal 2016 mit 3,5 Prozent ein gutes organisches Umsatzplus, obwohl die politische und

wirtschaftliche Instabilität in einigen Ländern dieser Region das Wachstum weiterhin beeinflusste. Der berichtete Umsatz lag mit 349 Mio. Euro leicht unter dem Niveau des Vorjahres.

In **Nordamerika** wurde mit 2,4 Prozent ein gutes organisches Umsatzwachstum erzielt. Alle Unternehmensbereiche trugen dazu bei. Berichtet legte der Umsatz von 885 Mio. Euro auf 926 Mio. Euro zu. In **Lateinamerika** stieg der Umsatz organisch um 8,3 Prozent. Die sehr starke Verbesserung ging vor allem auf die Geschäfte in Mexiko zurück. Der berichtete Umsatz lag bei 247 Mio. Euro, nach 274 Mio. Euro im ersten Quartal 2015. Trotz des nachlassenden Wirtschaftswachstums in China verbesserte sich der Umsatz in der Region **Asien/Pazifik** organisch um 2,2 Prozent. Der Umsatz in China entwickelte sich positiv. Berichtet stieg der Umsatz in der Region von 732 Mio. Euro auf 747 Mio. Euro.

Mit 6,3 Prozent verzeichneten die **Wachstumsregionen** erneut ein starkes organisches Umsatzplus. Alle Unternehmensbereiche trugen dazu bei. Der berichtete Umsatz reduzierte sich aufgrund negativer Währungseffekte um 1,8 Prozent auf 1.837 Mio. Euro. Damit lag der Umsatzanteil der Wachstumsregionen mit 41 Prozent leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals. In den **reifen Märkten** stieg der Umsatz organisch um 0,5 Prozent und lag bei 2.589 Mio. Euro.

### **Ausblick des Henkel-Konzerns für das Jahr 2016**

Für das Geschäftsjahr 2016 erwartet Henkel ein organisches Umsatzwachstum von 2 bis 4 Prozent. Henkel geht davon aus, dass das Wachstum aller Unternehmensbereiche jeweils in dieser Bandbreite liegen wird. Darüber hinaus rechnet Henkel mit einem leichten Anstieg des Umsatzanteils der Wachstumsmärkte. Gegenüber dem Jahr 2015 erwartet Henkel bei der bereinigten Umsatzrendite (EBIT) eine Steigerung auf etwa 16,5 Prozent. Dabei wird die bereinigte Umsatzrendite der einzelnen Unternehmensbereiche auf oder über dem Niveau des Vorjahres liegen. Für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie erwartet Henkel einen Anstieg zwischen 8 und 11 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

### Investoren & Analysten

#### Renata Casaro

Tel.: +49 211 797 - 1631

E-Mail: [renata.casaro@henkel.com](mailto:renata.casaro@henkel.com)

#### Dr. Eva Sewing

Tel.: +49 211 797 - 5277

E-Mail: [eva.sewing@henkel.com](mailto:eva.sewing@henkel.com)

#### Christopher Huesgen

Tel.: +49 211 797 - 4314

E-Mail: [christopher.huesgen@henkel.com](mailto:christopher.huesgen@henkel.com)

#### Ewa Penczek

Tel.: +49 211 797 - 7151

E-Mail: [ewa.penczek@henkel.com](mailto:ewa.penczek@henkel.com)

### Presse & Medien

#### Lars Witteck

Tel.: +49 211 797 - 2606

E-Mail: [lars.witteck@henkel.com](mailto:lars.witteck@henkel.com)

#### Wulf Klüppelholz

Tel.: +49 211 797 - 1875

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

#### Hanna Philipps

Tel.: +49 211 797 - 3626

E-Mail: [hanna.philipps@henkel.com](mailto:hanna.philipps@henkel.com)

Den Bericht für das erste Quartal 2016 und weitere Informationen mit Download-Material sowie den Link zur Übertragung der Telefonkonferenz finden Sie im Internet unter:

[www.henkel.de/ir](http://www.henkel.de/ir)

[www.henkel.de/presse](http://www.henkel.de/presse)