

## News Release

8. November 2016

Ausblick für das Geschäftsjahr 2016 bestätigt

### Henkel setzt starke Geschäftsentwicklung im dritten Quartal fort

- Umsatz von 4.748 Mio. Euro: organisch +2,8% (nominal: +3,4%)
- Umsatz in den Wachstumsregionen: organisch +6,7%
- Betriebliches Ergebnis\*: +7,6% auf 837 Mio. Euro
- Sehr starke Verbesserung der EBIT-Marge\*: +70 Basispunkte auf 17,6%
- Ergebnis je Vorzugsaktie\*: +9,2% auf 1,42 Euro

Düsseldorf – „Henkel hat im dritten Quartal die starke Geschäftsentwicklung fortgesetzt. Sowohl der Umsatz als auch das bereinigte betriebliche Ergebnis und das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie erreichten neue Höchstwerte. Zu der erfolgreichen Entwicklung und der guten Ergebnisqualität haben alle drei Unternehmensbereiche und der engagierte Einsatz unserer Mitarbeiter weltweit beigetragen“, sagte Hans Van Bylen, Vorsitzender des Vorstands.

„Im dritten Quartal konnten wir zudem die Übernahme von Sun Products vollziehen und die Finanzierung der Transaktion zu günstigen Konditionen sicherstellen. Dies ist der zweitgrößte Zukauf in unserer Unternehmensgeschichte. Damit ist Henkel zur Nummer zwei im US-Waschmittelmarkt aufgestiegen und hat sein Portfolio um eine Reihe attraktiver und bekannter Marken erweitert. Wir sind stolz und freuen uns, die Sun Mitarbeiter bei Henkel zu begrüßen. Nun liegt unser Fokus auf der erfolgreichen Integration in unser Laundry & Home Care-Geschäft in Nordamerika.“

\* Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen

Mit Blick auf das aktuelle Geschäftsjahr erklärte Hans Van Bylen: „Das wirtschaftliche Umfeld wird herausfordernd bleiben und die Unsicherheit anhalten. Wir setzen daher vor allem weiter auf unsere erfolgreichen Marken, führende Marktpositionen und starke Innovationskraft, um unsere anspruchsvollen Ziele zu erreichen.“

### Ausblick für 2016 bestätigt

Henkel 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 einer Steigerung auf über 16,5 Prozent und für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie mit einem Zuwachs zwischen 8 und 11 Prozent“, sagte Hans Van Bylen.

### Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2016

Im dritten Quartal 2016 hat Henkel den bislang höchsten **Umsatz** in einem Quartal erzielt: Der Umsatz stieg um 3,4 Prozent auf 4.748 Mio. Euro. Die Entwicklung war sowohl durch das gute organische Wachstum als auch durch Akquisitionen getrieben. **Organisch** – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – stieg der Umsatz um 2,8 Prozent. Bereinigt um negative Wechselkurseffekte in Höhe von 3,3 Prozent verbesserte sich der Umsatz um 6,7 Prozent.

Zu dem organischen Umsatzwachstum trugen alle Unternehmensbereiche mit guten Wachstumsraten bei. Dabei erzielte der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** ein organisches Wachstum von 4,0 Prozent. Im Unternehmensbereich **Beauty Care** lag der organische Zuwachs bei 2,6 Prozent und der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** verzeichnete ein organisches Umsatzwachstum von 2,5 Prozent.

Das um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen **bereinigte betriebliche Ergebnis** (EBIT) stieg um 7,6 Prozent von 778

Mio. Euro auf 837 Mio. Euro. Das berichtete betriebliche Ergebnis wuchs um 16,4 Prozent von 666 Mio. Euro auf 775 Mio. Euro.

Die **bereinigte Umsatzrendite** (EBIT-Marge) konnte um 0,7 Prozentpunkte auf 17,6 Prozent gesteigert werden. Die berichtete Umsatzrendite stieg von 14,5 Prozent auf 16,3 Prozent.

Das Finanzergebnis lag mit -15 Mio. Euro akquisitionsbedingt unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Die berichtete Steuerquote betrug 23,2 Prozent; im Vorjahresquartal lag sie bei 24,6 Prozent.

Der **bereinigte Quartalsüberschuss** nach Abzug nicht beherrschender Anteile wuchs um 9,2 Prozent von 564 Mio. Euro auf 616 Mio. Euro. Der berichtete Quartalsüberschuss stieg um 18,2 Prozent von 494 Mio. Euro auf 584 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 8 Mio. Euro lag der Überschuss bei 576 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 484 Mio. Euro).

Das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) stieg um 9,2 Prozent von 1,30 Euro auf 1,42 Euro. Berichtet legte es von 1,12 Euro auf 1,33 Euro zu.

Das **Netto-Umlaufvermögen** in Prozent vom Umsatz verbesserte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 0,8 Prozentpunkte auf 5,2 Prozent.

### **Starke Entwicklung in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016**

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 hat Henkel den Umsatz **organisch** – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – um 3,0 Prozent verbessert. Zu dieser Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei. Nominal stieg der **Umsatz** um 1,0 Prozent auf 13.858 Mio. Euro.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** stieg um 6,9 Prozent von 2.253 Mio. Euro auf 2.407 Mio. Euro. Die **bereinigte Umsatzrendite** konnte von 16,4 Prozent auf 17,4 Prozent gesteigert werden.

Der **bereinigte Dreivierteljahresüberschuss** nach Abzug nicht beherrschender Anteile stieg um 8,6 Prozent von 1.632 Mio. Euro auf 1.772 Mio. Euro.

Das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) legte um 8,5 Prozent von 3,77 Euro auf 4,09 Euro zu.

Die **Nettofinanzposition** lag zum 30. September 2016 bei -2.661 Mio. Euro (31. Dezember 2015: 335 Mio. Euro). Die Veränderung gegenüber dem Jahresende 2015 war im Wesentlichen durch Auszahlungen für Unternehmenserwerbe sowie gezahlte Dividenden geprägt.

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

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** setzte im dritten Quartal 2016 mit der Steigerung von Umsatz und Ergebnis seinen profitablen Wachstumskurs erfolgreich fort. Der **Umsatz** wuchs gegenüber dem Vorjahresquartal organisch um 4,0 Prozent. Nominal legte der Umsatz auch aufgrund der Akquisition von Sun Products um 12,6 Prozent auf 1.479 Mio. Euro zu.

Haupttreiber für das gute organische Umsatzwachstum waren die Wachstumsmärkte. In Asien (ohne Japan) und in der Region Afrika/Nahost erzielte der Unternehmensbereich ein zweistelliges Wachstum. Die Regionen Osteuropa und Lateinamerika trugen mit einem guten Umsatzanstieg zur erfolgreichen Entwicklung bei. Die reifen Märkte verzeichneten ein gutes Umsatzwachstum. In der Region Nordamerika wurde eine gute Umsatzsteigerung erzielt. Westeuropa erreichte in einem wettbewerbsintensiven Umfeld eine positive Umsatzentwicklung.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care legte zweistellig um 11,0 Prozent auf 265 Mio. Euro zu. Die bereinigte Umsatzrendite lag aufgrund der im Jahr 2016 vollzogenen Akquisitionen mit 17,9 Prozent leicht unter dem hohen Wert des Vorjahresquartals. Ohne Berücksichtigung der Akquisitionen zeigte die bereinigte Umsatzrendite einen starken Anstieg. Das

berichtete betriebliche Ergebnis legte um 8,0 Prozent von 211 Mio. Euro auf 228 Mio. Euro zu.

Auch der Unternehmensbereich **Beauty Care** setzte sein langjähriges profitables Wachstum im dritten Quartal 2016 erfolgreich fort. Organisch stieg der **Umsatz** um 2,6 Prozent. Nominal erhöhte sich der Umsatz um 0,4 Prozent auf 968 Mio. Euro.

In den Wachstumsmärkten setzte sich die erfolgreiche Entwicklung mit einem sehr starken organischen Umsatzwachstum fort. Osteuropa und Lateinamerika verzeichneten ein zweistelliges Umsatzwachstum. Der Umsatz in der Region Asien (ohne Japan) blieb unter dem des dritten Quartals 2015, während die Region Afrika/Nahost ein sehr starkes Wachstum erzielen konnte. Der Umsatz in den reifen Märkten entwickelte sich stabil. In Westeuropa sowie in den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik erreichte der Umsatz nicht das Niveau des Vorjahresquartals. In der Region Nordamerika erzielte Beauty Care ein gutes Umsatzwachstum.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** des Unternehmensbereichs Beauty Care verzeichnete mit einem Plus von 9,7 Prozent auf 170 Mio. Euro ein sehr starkes Wachstum. Die bereinigte Umsatzrendite zeigte eine hervorragende Verbesserung von 1,4 Prozentpunkten und erreichte mit 17,5 Prozent einen neuen Höchstwert. Das berichtete betriebliche Ergebnis legte um 9,1 Prozent auf 155 Mio. Euro zu.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erzielte im dritten Quartal ein gutes organisches Umsatzwachstum von 2,5 Prozent. Nominal lag der Umsatz bei 2.272 Mio. Euro, nach 2.279 Mio. Euro im Vorjahresquartal.

Die Geschäfte in den Wachstumsmärkten entwickelten sich mit einer starken organischen Wachstumsrate weiterhin erfolgreich. Die Region Lateinamerika erzielte ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum. In Osteuropa entwickelte sich der Umsatz mit einer guten organischen Wachstumsrate. Der Umsatz in der Region Afrika/Nahost lag unter dem Niveau des Vorjahresquartals. In Asien (ohne Japan) wurde ein sehr starkes organisches Wachstum erzielt. Der Umsatz in den reifen

Märkten war leicht rückläufig. In Westeuropa und in den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik blieb der Umsatz unter dem Wert des dritten Quartals 2015. In Nordamerika entwickelte sich der Umsatz stabil.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies verzeichnete gegenüber dem Vorjahresquartal einen guten Anstieg von 4,4 Prozent und erreichte 430 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite verzeichnete eine sehr starke Verbesserung von 0,8 Prozentpunkten und erreichte mit 18,9 Prozent einen neuen Höchststand. Das berichtete betriebliche Ergebnis stieg um 15,3 Prozent auf 423 Mio. Euro.

### **Regionale Entwicklung im dritten Quartal 2016**

In einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld blieb der Umsatz in **Westeuropa** organisch um 0,5 Prozent unter dem Wert des Vorjahresquartals. Die Entwicklung in der Region war uneinheitlich. Während der Umsatz in Deutschland sich organisch leicht positiv entwickelte und Spanien ein gutes organisches Umsatzwachstum zeigte, lag der Umsatz in Frankreich und Italien unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Der nominale Umsatz in der Region lag bei 1.473 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 1.508 Mio. Euro). In **Osteuropa** wuchs der Umsatz organisch um 4,5 Prozent. Hierzu trugen vor allem die Geschäfte in Russland und der Türkei bei. Nominal lag der Umsatz mit 733 Mio. Euro auf dem Niveau des Vorjahresquartals. In der Region **Afrika/Nahost** war das Wachstum weiterhin durch die geopolitischen Unruhen in einigen Ländern beeinflusst. Dennoch gelang hier ein starkes organisches Umsatzwachstum von 6,9 Prozent. Der nominale Umsatz stieg um 9,0 Prozent auf 348 Mio. Euro.

Der Umsatz in der Region **Nordamerika** erhöhte sich organisch um 1,6 Prozent. Mit 1.067 Mio. Euro lag er nominal um 13,5 Prozent über dem Wert des Vorjahresquartals. **Lateinamerika** verzeichnete eine organische Umsatzsteigerung von 13,9 Prozent – insbesondere die Geschäftsentwicklung in Mexiko trug mit einem zweistelligen Wachstum zu dieser Verbesserung bei. Der nominale Umsatz betrug 268 Mio. Euro, nach 280 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Der Umsatz der Region

**Asien/Pazifik** wuchs organisch um 4,3 Prozent. Das organische Wachstum war insbesondere durch die Geschäftsentwicklung in Indien, Südkorea und China getrieben. Dagegen war die Entwicklung in Japan rückläufig. Nominal stieg der Umsatz um 6,9 Prozent auf 830 Mio. Euro.

Die **Wachstumsregionen** trugen mit einem organischen Umsatzplus von 6,7 Prozent erneut überdurchschnittlich zum organischen Konzernwachstum bei. Nominal stieg der Umsatz um 1,8 Prozent auf 2.031 Mio. Euro. Damit lag der Anteil der Wachstumsregionen am Konzernumsatz mit 43 Prozent auf dem Niveau des Vorjahresquartals. In den **reifen Märkten** stieg der Umsatz organisch um 0,1 Prozent und lag bei 2.688 Mio. Euro.

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

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. Bezüglich des Umsatzanteils der Wachstumsmärkte rechnet Henkel wechselkursbedingt mit einem leichten Rückgang gegenüber dem Vorjahr. Für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) geht Henkel von einer Steigerung auf über 16,5 Prozent aus, wobei die bereinigte Umsatzrendite der einzelnen Unternehmensbereiche über dem Niveau des Vorjahres liegen soll. 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 Wachonin

Tel.: +49 211 797 - 7151

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

## Kennzahlen 3. Quartal 2016 und 1-9/2016

| in Mio. Euro                   | Umsatz |        | EBIT |       | EBIT Marge |       |
|--------------------------------|--------|--------|------|-------|------------|-------|
|                                | Q3     | 1-9    | Q3   | 1-9   | Q3         | 1-9   |
| <b>Laundry &amp; Home Care</b> |        |        |      |       |            |       |
| 2016                           | 1.479  | 4.157  | 228  | 682   | 15,4%      | 16,4% |
| 2015                           | 1.314  | 3.926  | 211  | 600   | 16,0%      | 15,3% |
| organisch                      | 4,0%   | 4,7%   | -    | -     | -          | -     |
| 2016 bereinigt <sup>1)</sup>   | -      | -      | 265  | 751   | 17,9%      | 18,1% |
| 2015 bereinigt <sup>1)</sup>   | -      | -      | 239  | 685   | 18,2%      | 17,5% |
| <b>Beauty Care</b>             |        |        |      |       |            |       |
| 2016                           | 968    | 2.906  | 155  | 459   | 16,0%      | 15,8% |
| 2015                           | 964    | 2.910  | 142  | 433   | 14,7%      | 14,9% |
| organisch                      | 2,6%   | 2,5%   | -    | -     | -          | -     |
| 2016 bereinigt <sup>1)</sup>   | -      | -      | 170  | 499   | 17,5%      | 17,2% |
| 2015 bereinigt <sup>1)</sup>   | -      | -      | 155  | 471   | 16,1%      | 16,2% |
| <b>Adhesive Technologies</b>   |        |        |      |       |            |       |
| 2016                           | 2.272  | 6.705  | 423  | 1.190 | 18,6%      | 17,7% |
| 2015                           | 2.279  | 6.783  | 367  | 1.100 | 16,1%      | 16,2% |
| organisch                      | 2,5%   | 2,4%   | -    | -     | -          | -     |
| 2016 bereinigt <sup>1)</sup>   | -      | -      | 430  | 1.232 | 18,9%      | 18,4% |
| 2015 bereinigt <sup>1)</sup>   | -      | -      | 412  | 1.163 | 18,1%      | 17,2% |
| <b>Henkel</b>                  |        |        |      |       |            |       |
| 2016                           | 4.748  | 13.858 | 775  | 2.249 | 16,3%      | 16,2% |
| 2015                           | 4.590  | 13.715 | 666  | 2.029 | 14,5%      | 14,8% |
| organisch                      | 2,8%   | 3,0%   | -    | -     | -          | -     |
| 2016 bereinigt <sup>1)</sup>   | -      | -      | 837  | 2.407 | 17,6%      | 17,4% |
| 2015 bereinigt <sup>1)</sup>   | -      | -      | 778  | 2.253 | 16,9%      | 16,4% |

| Henkel   | Q3/2015 | Q3/2016 | Veränd. | 1-9/<br>2015 | 1-9/<br>2016 | Veränd. |
|--|---------|---------|---------|--------------|--------------|---------|
| <b>Ergebnis je Vorzugsaktie</b> in Euro                      | 1,12    | 1,33    | 18,8%   | 3,41         | 3,84         | 12,6%   |
| <b>Bereinigtes EPS je Vorzugsaktie</b> in Euro <sup>1)</sup> | 1,30    | 1,42    | 9,2%    | 3,77         | 4,09         | 8,5%    |

Veränderungen auf Basis der Werte in Tausend Euro

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