



## News Release

23. Februar 2017

Starke Performance im Geschäftsjahr 2016

### Henkel mit neuen Höchstwerten bei Umsatz und Ergebnis

- Umsatz: +3,5% auf 18.714 Mio. Euro (organisch: +3,1%)
- Umsatz in den Wachstumsregionen: organisch +6,8%
- Starker Anstieg des betrieblichen Ergebnisses\*: +8,5% auf 3.172 Mio. Euro
- Sehr starke Verbesserung der EBIT-Marge\*: +70 Basispunkte auf 16,9%
- Hervorragendes Ergebnis je Vorzugsaktie\*: +9,8% auf 5,36 Euro
- Zweistellige Erhöhung der Dividende\*\*: +10,2% auf 1,62 Euro je Vorzugsaktie

Düsseldorf – „2016 war ein sehr erfolgreiches Jahr für Henkel. In einem schwierigen Marktumfeld haben wir nochmals neue Höchstwerte bei Umsatz und Ergebnis erzielt und unsere Finanzziele für das Geschäftsjahr erreicht. Die Ergebnisqualität ist sehr hoch. Erstmals erzielten wir ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von mehr als 3 Milliarden Euro“, sagte Hans Van Bylen, Vorstandsvorsitzender von Henkel. „Im September 2016 haben wir den Zukauf von Sun Products abgeschlossen, die zweitgrößte Akquisition in der Unternehmensgeschichte. Das ist ein wichtiger Schritt für Henkel und stärkt unser Laundry & Home Care-Geschäft in Nordamerika deutlich. Im November haben wir unsere neuen Ambitionen und strategischen Prioritäten für 2020 und darüber hinaus vorgestellt. Auf Basis unserer starken Ausgangsposition, den hervorragenden Ergebnissen im Geschäftsjahr 2016 und klarer Prioritäten für die kommenden Jahre wollen wir unsere erfolgreiche Entwicklung auch in Zukunft fortsetzen.“

\* Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen

\*\* Vorschlag an die Aktionäre für die Hauptversammlung am 6. April 2017

## Ausblick 2017

Mit Blick auf das laufende Geschäftsjahr 2017 sagte Hans Van Bylen: „Wir stellen uns auch in diesem Jahr weiter auf ein sehr volatiles und unsicheres Marktumfeld ein. Mit unserer klaren strategischen Ausrichtung, unserem starken globalen Team sowie unseren innovativen Marken und Technologien mit führenden Marktpositionen sind wir aber sehr gut aufgestellt für weiteres profitables Wachstum: Wir erwarten für das Geschäftsjahr 2017 ein organisches Umsatzwachstum von 2 bis 4 Prozent. Für die bereinigte EBIT-Marge rechnen wir mit einem Anstieg auf mehr als 17,0 Prozent und für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie mit einem Zuwachs zwischen 7 und 9 Prozent.“

## Umsatz- und Ergebnisentwicklung 2016

Der **Umsatz** erreichte im Geschäftsjahr 2016 mit 18.714 Mio. Euro einen neuen Höchstwert und stieg gegenüber dem Vorjahr um 3,5 Prozent. Bereinigt um Wechselkursveränderungen ergibt sich ein Umsatzwachstum von 7,1 Prozent. Akquisitionen und Divestments trugen insgesamt mit 4,0 Prozent zum Umsatzanstieg bei. Hier machte sich vor allem die Übernahme von The Sun Products Corporation bemerkbar. Die **organische** Umsatzentwicklung, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, zeigte mit 3,1 Prozent eine gute Steigerungsrate.

In allen Unternehmensbereichen verzeichnete Henkel einen guten organischen Umsatzanstieg. Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erreichte ein organisches Umsatzwachstum von 2,8 Prozent. Im Bereich **Beauty Care** stieg der Umsatz organisch um 2,1 Prozent. Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** erhöhte seinen Umsatz organisch um 4,7 Prozent.

Das um einmalige Erträge, einmalige Aufwendungen sowie Restrukturierungsaufwendungen **bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT)** stieg um 8,5 Prozent auf einen

neuen Rekordwert von 3.172 Mio. Euro (Vorjahr: 2.923 Mio. Euro). Alle drei Unternehmensbereiche trugen zu dieser positiven Entwicklung bei. Das berichtete betriebliche Ergebnis (EBIT) lag bei 2.775 Mio. Euro, nach 2.645 Mio. Euro im Vorjahr.

Die **bereinigte Umsatzrendite** (EBIT-Marge) stieg um 0,7 Prozentpunkte von 16,2 Prozent auf 16,9 Prozent und erreichte ebenfalls einen neuen Höchstwert. Die berichtete Umsatzrendite erhöhte sich um 0,2 Prozentpunkte auf 14,8 Prozent (Vorjahr: 14,6 Prozent).

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich von -42 Mio. Euro auf -33 Mio. Euro. Dabei wurden die Finanzierungskosten in Verbindung mit der Akquisition von The Sun Products Corporation durch die positiven Effekte der Rückzahlung der Hybrid-Anleihe mehr als kompensiert.

Der **bereinigte Jahresüberschuss** nach nicht beherrschenden Anteilen stieg gegenüber dem Vorjahr um 10,0 Prozent auf 2.323 Mio. Euro (2015: 2.112 Mio. Euro). Der berichtete Jahresüberschuss erhöhte sich ohne Berücksichtigung nicht beherrschender Anteile in Höhe von 40 Mio. Euro um 6,9 Prozent von 1.921 Mio. Euro auf 2.053 Mio. Euro.

Das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** stieg um 9,8 Prozent von 4,88 Euro auf 5,36 Euro und erreichte damit einen neuen Rekordwert. Berichtet legte das Ergebnis je Vorzugsaktie von 4,44 Euro auf 4,74 Euro zu.

Vorstand, Aufsichtsrat und Gesellschafterausschuss schlugen der Hauptversammlung am 6. April 2017 eine Erhöhung der **Dividende** je Vorzugsaktie um 10,2 Prozent auf 1,62 Euro (Vorjahr: 1,47 Euro) und eine Erhöhung der Dividende je Stammaktie um 10,3 Prozent auf 1,60 Euro (Vorjahr: 1,45 Euro) vor. Das wäre die höchste Dividende in der Unternehmensgeschichte. Die Ausschüttungsquote läge dann bei 30,3 Prozent.

Das **Netto-Umlaufvermögen** in Prozent vom Umsatz verbesserte sich um 0,3 Prozentpunkte von 3,8 Prozent auf 3,5 Prozent.

Die **Nettofinanzposition** belief sich zum 31. Dezember 2016 auf -2.301 Mio. Euro (31. Dezember 2015: 335 Mio. Euro). Die Veränderung im Vergleich zum Ende des Vorjahres war im Wesentlichen durch Auszahlungen für Unternehmenserwerbe geprägt.

## **Entwicklung der Unternehmensbereiche**

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erzielte im Geschäftsjahr 2016 ein gutes organisches Umsatzwachstum von 2,8 Prozent und lag damit über dem Marktniveau. Nominal lag der Umsatz bei 8.961 Mio. Euro, nach 8.992 Mio. Euro im Vorjahr.

Die Geschäfte in den Wachstumsmärkten entwickelten sich mit einer starken organischen Wachstumsrate weiterhin erfolgreich. Dazu trugen das zweistellige Umsatzwachstum in der Region Lateinamerika und starke Zuwächse in Osteuropa bei. In Asien (ohne Japan) entwickelte sich der Umsatz mit einer guten organischen Wachstumsrate. Der Umsatz in Afrika/Nahost entwickelte sich trotz der anhaltend unsicheren politischen Lage und verschlechterten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Teilen der Region positiv. Der Umsatz in den reifen Märkten lag auf dem Niveau des Vorjahres. Dabei zeigte Nordamerika eine positive Umsatzentwicklung. In Westeuropa erreichte der Umsatz das Niveau des Vorjahres. In den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik lag der Umsatz unter Vorjahresniveau.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies verzeichnete gegenüber dem Vorjahr einen Anstieg von 6,2 Prozent und erreichte 1.629 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite verzeichnete eine hervorragende Verbesserung von 1,1 Prozentpunkten und erreichte mit 18,2 Prozent

einen neuen Höchststand. Das berichtete betriebliche Ergebnis erhöhte sich um 6,8 Prozent auf 1.561 Mio. Euro.

Der Unternehmensbereich **Beauty Care** setzte im Geschäftsjahr 2016 das profitable Wachstum der Vorjahre fort. Mit einem guten organischen Umsatzplus von 2,1 Prozent lag das Wachstum über dem der relevanten Märkte. Nominal stieg der **Umsatz** auf 3.838 Mio. Euro (2015: 3.833 Mio. Euro).

Regional betrachtet entwickelte sich vor allem das Geschäft in den Wachstumsmärkten sehr stark. Osteuropa und Lateinamerika sind organisch jeweils zweistellig gewachsen. Der Umsatz in den Regionen Asien (ohne Japan) und Afrika/Nahost entwickelte sich positiv. Die reifen Märkte sind weiterhin von einem intensiven Preis- und Promotionsdruck geprägt. In diesem herausfordernden Umfeld war der Umsatz leicht rückläufig. In Westeuropa sowie in den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik erreichte der Umsatz nicht das Niveau des Vorjahres. In der Region Nordamerika dagegen erzielte Beauty Care ein gutes Umsatzwachstum.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** des Unternehmensbereichs Beauty Care stieg um 6,1 Prozent auf 647 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite zeigte eine hervorragende Verbesserung um einen Prozentpunkt und erreichte mit 16,9 Prozent einen neuen Höchstwert. Das berichtete betriebliche Ergebnis lag bei 526 Mio. Euro, nach 561 Mio. Euro im Vorjahr.

Auch der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** setzte im Jahr 2016 seinen profitablen Wachstumskurs fort. Mit einem guten organischen Umsatzplus von 4,7 Prozent entwickelte er sich deutlich besser als die relevanten Märkte. Nominal wuchs der Umsatz auch aufgrund der im Jahr 2016 getätigten Akquisitionen um 12,8 Prozent auf 5.795 Mio. Euro.

Mit einem sehr starken organischen Anstieg waren die Wachstumsmärkte erneut die wesentlichen Umsatztreiber. In Asien (ohne Japan) erzielte der Unternehmensbereich ein zweistelliges Wachstum. Der Umsatz in der Region

Afrika/Nahost zeigte ein sehr starkes Wachstum. Die Regionen Osteuropa und Lateinamerika trugen mit einem starken Umsatzanstieg zur erfolgreichen Entwicklung bei. Die reifen Märkte verzeichneten ein gutes Umsatzwachstum. In der Region Nordamerika wurde eine gute Umsatzsteigerung erzielt. Westeuropa erreichte eine positive Umsatzentwicklung.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care legte zweistellig um 13,7 Prozent auf 1.000 Mio. Euro zu. Die bereinigte Umsatzrendite stieg um 0,2 Prozentpunkte auf einen neuen Höchstwert von 17,3 Prozent. Das berichtete betriebliche Ergebnis legte um 2,2 Prozent von 786 Mio. Euro auf 803 Mio. Euro zu.

## Regionale Entwicklung

In einem weiterhin wettbewerbsintensiven Marktumfeld lag der Umsatz in **Westeuropa** organisch auf dem Niveau des Vorjahres. Die rückläufige Entwicklung in Frankreich konnte durch die positive Entwicklung in Südeuropa nicht vollständig kompensiert werden. Der nominale Umsatz in der Region lag, aufgrund negativer Währungseffekte, mit 5.999 Mio. Euro leicht unter dem Wert des Vorjahres. In **Osteuropa** wuchs der Umsatz organisch um 7,0 Prozent. Hierzu trugen vor allem die Geschäfte in Russland und der Türkei bei. Der nominale Umsatz in der Region stieg um 0,7 Prozent auf 2.713 Mio. Euro (2015: 2.695 Mio. Euro). In der Region **Afrika/Nahost** gelang trotz der politischen und gesellschaftlichen Unruhen in einigen Ländern ein organisches Umsatzwachstum von 5,6 Prozent. Nominal erhöhte sich der Umsatz um 3,7 Prozent von 1.329 Mio. Euro auf 1.378 Mio. Euro.

Der Umsatz in der Region **Nordamerika** erhöhte sich organisch um 1,7 Prozent. Mit 4.202 Mio. Euro legte er nominal um 15,2 Prozent zu (2015: 3.648 Mio. Euro). Zu dem nominalen Umsatzanstieg trug vor allem die Übernahme von The Sun Products Corporation bei. **Lateinamerika** verzeichnete eine organische Umsatzsteigerung von 13,8 Prozent. Hierzu trug insbesondere das zweistellige organische Wachstum der Geschäfte in Mexiko bei. Der nominale Umsatz betrug 1.055 Mio. Euro, nach 1.110

Mio. Euro im Vorjahr. Der Umsatz der Region **Asien/Pazifik** wuchs organisch um 3,2 Prozent. Nominal legte der Umsatz um 3,6 Prozent auf 3.246 Mio. Euro zu.

Die **Wachstumsregionen** trugen mit einem organischen Umsatzplus von 6,8 Prozent – getragen von allen Unternehmensbereichen – erneut überdurchschnittlich zum organischen Konzernwachstum bei. Nominal lag der Umsatz mit 7.814 Mio. Euro leicht über dem Niveau des Vorjahres. Der Umsatzanteil der Wachstumsregionen betrug 42 Prozent. Dieser Wert lag währungs- und akquisitionsbedingt leicht unter dem Niveau des Vorjahres. In den **reifen Märkten** stieg der Umsatz organisch um 0,4 Prozent und lag bei 10.779 Mio. Euro.

### **Ausblick des Henkel-Konzerns für das Geschäftsjahr 2017**

Für das Geschäftsjahr 2017 erwartet Henkel ein organisches Umsatzwachstum von 2 bis 4 Prozent. Henkel geht davon aus, dass das Wachstum der Unternehmensbereiche jeweils in dieser Bandbreite liegen wird. Gegenüber dem Jahr 2016 erwartet Henkel bei der bereinigten Umsatzrendite (EBIT) eine Steigerung auf mehr als 17,0 Prozent. Für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie rechnet Henkel mit einem Anstieg zwischen 7 und 9 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 Geschäftsbericht 2016 und weitere Informationen mit Download-Material zum Geschäftsjahr 2016 sowie den Link zum Live-Webcast der Bilanzpressekonferenz finden Sie in unserer Pressemappe im Internet unter:

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

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



## Kennzahlen 4. Quartal 2016 und 1-12/2016

in Mio. Euro	Umsatz		EBIT		EBIT Marge	
	Q4	1-12	Q4	1-12	Q4	1-12
<b>Adhesive Technologies</b>						
2016	2.255	8.961	371	1.561	16,5%	17,4%
2015	2.209	8.992	362	1.462	16,4%	16,3%
organisch	3,9%	2,8%	-	-	-	-
2016 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	397	1.629	17,6%	18,2%
2015 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	371	1.534	16,8%	17,1%
<b>Beauty Care</b>						
2016	932	3.838	67	526	7,2%	13,7%
2015	922	3.833	128	561	13,8%	14,6%
organisch	1,0%	2,1%	-	-	-	-
2016 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	148	647	15,9%	16,9%
2015 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	139	610	15,1%	15,9%
<b>Laundry &amp; Home Care</b>						
2016	1.638	5.795	121	803	7,4%	13,9%
2015	1.211	5.137	186	786	15,3%	15,3%
organisch	4,7%	4,7%	-	-	-	-
2016 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	248	1.000	15,2%	17,3%
2015 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	194	879	16,0%	17,1%
<b>Henkel</b>						
2016	4.856	18.714	526	2.775	10,8%	14,8%
2015	4.374	18.089	616	2.645	14,1%	14,6%
organisch	3,5%	3,1%	-	-	-	-
2016 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	765	3.172	15,8%	16,9%
2015 bereinigt <sup>1)</sup>	-	-	670	2.923	15,3%	16,2%

Henkel	Q4/2015	Q4/2016	Veränd.	1-12/ 2015	1-12/ 2016	Veränd.
<b>Ergebnis je Vorzugsaktie</b> in Euro	1,03	0,90	-12,6%	4,44	4,74	6,8%
<b>Bereinigtes EPS je Vorzugsaktie</b> in Euro <sup>1)</sup>	1,11	1,27	14,4%	4,88	5,36	9,8%

Veränderungen auf Basis der Werte in Tausend Euro

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