

**Statement von Hans Van Bylen,
Vorstandsvorsitzender von Henkel**
Q3-Conference Call – 14. November 2017, 10.30 Uhr

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserer Telefonkonferenz.

Heute Morgen haben Sie bereits unsere Mitteilung zum dritten Quartal und den ersten neun Monaten 2017 erhalten.

Ich möchte Ihnen nun sehr gerne die wichtigsten Aspekte unserer Geschäftsentwicklung im dritten Quartal erläutern. Danach werde ich auf unseren Ausblick eingehen. Anschließend beantworten unser Finanzvorstand Carsten Knobel und ich gerne Ihre Fragen.

Meine Damen und Herren,

das wirtschaftliche und politische Umfeld, in dem Henkel agiert, war auch im dritten Quartal sehr herausfordernd. Die Weltwirtschaft wächst nur moderat. Die politische und wirtschaftliche Unsicherheit in einigen Ländern und Regionen hält an. Die negativen Einflüsse der Währungen verstärken sich und die Rohstoffpreise ziehen an.

Während sich das globale Wirtschaftswachstum positiv auf die Nachfrage der Industrie auswirkt, bleiben die Konsumgütermärkte weiter schwierig. Diese sind weiterhin durch einen hohen Preis- und Promotionsdruck gekennzeichnet.

Insbesondere im Massenmarkt für Beauty Care-Produkte war die Entwicklung rückläufig. Auch bei Wasch- und Reinigungsmitteln waren einzelne Märkte negativ.

In diesem insgesamt herausfordernden Marktumfeld haben wir konsequent an der Umsetzung unserer strategischen Prioritäten gearbeitet.

Wir haben im dritten Quartal eine starke Geschäftsentwicklung erzielt. Dazu haben alle drei Unternehmensbereiche beigetragen.

Umsatz und Ergebnis haben wir weiter gesteigert. Die bereinigte EBIT-Marge erreichte einen neuen Höchstwert.

Im dritten Quartal stieg der Umsatz deutlich auf rund 5 Milliarden Euro. Das entspricht einer sehr starken nominalen Steigerung von 4,9 Prozent. Dabei hatten negative Wechselkursentwicklungen einen Einfluss von 4,2 Prozent auf den Umsatz. Akquisitionen und Divestments erhöhten den Umsatz um 6,1 Prozent. Das organische Umsatzwachstum lag bei 3,0 Prozent. Das ist eine starke Steigerung.

Nun möchte ich kurz die Entwicklung in den einzelnen Unternehmensbereichen beschreiben.

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies erzielte ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum von 4,9 Prozent. Die bereinigte Umsatzrendite verzeichnete dabei eine gute Verbesserung. Sie erreichte 19,1 Prozent.

Der Unternehmensbereich Beauty Care zeigte ein positives organisches Umsatzwachstum von 0,5 Prozent. Die bereinigte Umsatzrendite stieg sehr stark auf 18,1 Prozent.

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care erreichte ebenfalls ein positives organisches Wachstum von 1,8 Prozent. Die bereinigte Umsatzrendite lag mit 17,9 Prozent auf dem Niveau des Vorjahresquartals.

Damit komme ich nun zur Entwicklung in den Regionen.

In den reifen Märkten erzielten wir ein positives organisches Umsatzwachstum von 1,5 Prozent.

Die Wachstumsmärkte haben erneut überdurchschnittlich zu unserem organischen Wachstum beigetragen. Hier verzeichneten wir einen sehr starken organischen Umsatzanstieg von 5,0 Prozent.

In Nordamerika erzielten wir ein starkes Wachstum von 3,2 Prozent. In Westeuropa blieb der Umsatz organisch auf dem Niveau des Vorjahres. In unserem Heimatmarkt Deutschland erzielten wir eine gute Entwicklung.

In Osteuropa verzeichneten wir ein sehr starkes Wachstum von 4,8 Prozent. In der Region Afrika/Nahost erreichten wir in einem schwierigen Marktumfeld ein starkes Wachstum von 3,2 Prozent. Das organische Umsatzwachstum in Lateinamerika zeigte eine gute Verbesserung von 2,8 Prozent. In der Region Asien/Pazifik erzielten wir ein sehr starkes Wachstum von 6,4 Prozent.

So viel zur Entwicklung der einzelnen Unternehmensbereiche und in den Regionen.

Damit komme ich zur Ergebnisentwicklung auf Konzernebene.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis stieg um 7,1 Prozent auf 897 Millionen Euro.

Die bereinigte Umsatzrendite haben wir weiter verbessert. Sie stieg auf 18,0 Prozent und erreichte damit einen neuen Höchstwert.

Beim bereinigten Ergebnis je Vorzugsaktie haben wir einen signifikanten Anstieg erzielt. Es erhöhte sich um 8,5 Prozent auf 1 Euro 54 Cent.

Zudem konnten wir unser Portfolio weiter stärken.

Wir haben im dritten Quartal drei wichtige Akquisitionen vollzogen: Mit Darex Packaging Technologies und der Sonderhoff-Gruppe haben wir unser Adhesive Technologies-Geschäft ausgebaut. Mit der Übernahme von Nattura Laboratorios stärken wir unser Friseurgeschäft und bauen die Marktpositionen in Mexiko und in den USA deutlich aus. Wir arbeiten nun intensiv an der erfolgreichen Integration dieser Geschäfte.

Mit der Ende Oktober vereinbarten Übernahme des nordamerikanischen Friseurgeschäfts von Shiseido stärken wir unser Friseurgeschäft weiter und bauen unsere Position im Kernmarkt Nordamerika deutlich aus.

Bevor ich zum Ausblick komme, möchte ich noch kurz auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung in den ersten neun Monaten 2017 eingehen.

Wir verzeichneten in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2017 in einem herausfordernden Marktumfeld eine starke Geschäftsentwicklung. Der Umsatz übertraf erstmalig die Marke von 15 Milliarden und stieg auf über 15,1 Milliarden Euro.

Organisch stieg der Umsatz um 3,1 Prozent. Zu dieser starken Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis konnten wir um 10,5 Prozent auf über 2,6 Milliarden Euro steigern. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich auf 17,6 Prozent. Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie stieg um 10,0 Prozent.

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies erzielte in den ersten neun Monaten 2017 ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum von 4,6 Prozent. Die bereinigte Umsatzrendite verzeichnete eine starke Verbesserung und erreichte 18,8 Prozent.

Der Unternehmensbereich Beauty Care erreichte ein positives organisches Umsatzwachstum von 0,9 Prozent. Die bereinigte Umsatzrendite zeigte ein starkes Wachstum auf 17,6 Prozent.

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care erreichte ein gutes organisches Umsatzwachstum von 2,2 Prozent. Die bereinigte Umsatzrendite lag bei 17,6 Prozent.

Damit komme ich nun zum Ausblick für das laufende Geschäftsjahr.

Wir stellen uns weiterhin auf ein volatiles und unsicheres Marktumfeld ein. Wir erwarten, dass sich das Wachstum der Weltwirtschaft weiterhin nur moderat entwickelt.

Die negativen Einflüsse aus Währungseffekten werden zunehmen. Wir erwarten, dass die Rahmenbedingungen in den Konsumgütermärkten weiter schwierig bleiben.

In diesem herausfordernden Umfeld wollen wir unsere erfolgreiche Entwicklung fortsetzen. Dabei werden wir unsere strategischen Prioritäten konsequent umsetzen.

Wir haben heute unsere Prognose für das Gesamtjahr 2017 aktualisiert.

Wir bestätigen unseren Ausblick für das organische Umsatzwachstum. Unsere Erwartungen für das EPS-Wachstum haben wir trotz zunehmend negativer Währungseinflüsse angehoben.

Wir erwarten auf Konzernebene weiterhin ein organisches Umsatzwachstum von 2 bis 4 Prozent.

Für die bereinigte Umsatzrendite rechnen wir unverändert mit einem Anstieg auf mehr als 17,0 Prozent.

Für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie rechnen wir nun mit einem Zuwachs von rund 9 Prozent.

Meine Damen und Herren,

vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Carsten Knobel und ich beantworten nun gerne Ihre Fragen.

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.