



News Release

22. Februar 2018

Starke Entwicklung im Geschäftsjahr 2017

Henkel erzielt neue Höchstwerte bei Umsatz und Ergebnis

- Umsatz steigt auf 20.029 Mio. Euro und liegt erstmals über 20 Mrd. Euro: nominales Wachstum +7,0%, organisches Wachstum +3,1%
- EBIT-Marge* erreicht neuen Höchstwert: +40 bp auf 17,3%
- Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)*: +9,1% auf neuen Höchstwert von 5,85 Euro
- Ausschüttung einer Rekorddividende**: +10,5% auf 1,79 Euro je Vorzugsaktie
- Große Fortschritte bei der Umsetzung der strategischen Initiativen
- Finanzambitionen für 2020 bestätigt

Düsseldorf – „2017 war ein erfolgreiches Jahr für Henkel. Trotz eines herausfordernden und volatilen Marktumfelds haben wir bei Umsatz und Ergebnis neue Höchstwerte erzielt und unsere Finanzziele für das Geschäftsjahr erreicht. Die starke Entwicklung wurde von unserem engagierten und leidenschaftlichen globalen Team getragen. Erstmals in der Geschichte von Henkel beträgt der Jahresumsatz mehr als 20 Milliarden Euro. Auch bei der EBIT-Marge und beim bereinigten Ergebnis je Vorzugsaktie erreichte Henkel neue Höchstwerte. Das unterstreicht unseren Anspruch, nachhaltiges profitables Wachstum zu erzielen“, sagte Hans Van Bylen, Vorsitzender des Vorstands von Henkel.

„Wir haben die Umsetzung unserer strategischen Prioritäten vorangetrieben und in vielen Projekten und Initiativen große Fortschritte erzielt. Im

* Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen

** Vorschlag an die Aktionäre für die Hauptversammlung am 9. April 2018

Jahresverlauf konnten wir auch eine Reihe von attraktiven Akquisitionen erfolgreich abschließen und damit unser Portfolio weiter stärken.“

Ausblick 2018

Ausgehend von der starken Entwicklung im Geschäftsjahr 2017 und den großen Fortschritten bei der Umsetzung der strategischen Prioritäten, bestätigt Henkel seine Finanzambitionen für 2020 – ein organisches Umsatzwachstum von 2 bis 4 Prozent, eine weitere Verbesserung der bereinigten Umsatzrendite (EBIT) und einen Anstieg des bereinigten Wachstums je Vorzugsaktie von 7 bis 9 Prozent – und gibt seinen Ausblick für 2018.

Für das Geschäftsjahr 2018 erwartet Henkel ein organisches Umsatzwachstum von 2 bis 4 Prozent, wobei jeder Unternehmensbereich in dieser Bandbreite liegen soll. Gegenüber dem Jahr 2017 erwartet Henkel bei der bereinigten Umsatzrendite (EBIT) eine Steigerung auf mehr als 17,5 Prozent, wozu alle drei Unternehmensbereiche beitragen sollen. Unter Berücksichtigung der Unsicherheiten an den Währungsmärkten, insbesondere des US Dollar-Trends, rechnet Henkel für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro mit einem Anstieg zwischen 5 und 8 Prozent.

„Wir werden uns auch zukünftig darauf fokussieren, profitables Wachstum mit attraktiven Erträgen zu erzielen. Wir sind fest entschlossen, unsere finanziellen Ambitionen 2020 zu erreichen“, sagte Hans Van Bylen.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Geschäftsjahr 2017

Im Geschäftsjahr 2017 lag der **Umsatz** erstmals über der Marke von 20 Milliarden Euro und stieg nominal um 7,0 Prozent auf 20.029 Mio. Euro. Wechselkurseffekte hatten einen negativen Einfluss von 2,0 Prozent auf den Umsatz. Akquisitionen und Divestments trugen mit 5,9 Prozent zur Steigerung des Umsatzes bei. **Organisch** – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erreichte

Henkel eine starke Umsatzsteigerung von 3,1 Prozent, die innerhalb der Prognose für das Gesamtjahr von 2 bis 4 Prozent liegt.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erzielte ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum von 5,0 Prozent. Der Unternehmensbereich **Beauty Care** zeigte ein positives organisches Umsatzwachstum von 0,5 Prozent. Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** verzeichnete ein gutes organisches Umsatzwachstum von 2,0 Prozent.

Die **Wachstumsregionen** trugen erneut überdurchschnittlich zum organischen Konzernwachstum bei und verzeichneten eine sehr starke organische Umsatzsteigerung von 5,3 Prozent. Die **reifen Märkte** zeigten mit einer Steigerung von 1,5 Prozent eine positive organische Umsatzentwicklung.

Henkel konnte den Umsatz in allen Regionen organisch steigern. In der Region **Westeuropa** zeigte der Umsatz ein positives organisches Wachstum. In **Osteuropa** stieg der Umsatz organisch um 6,0 Prozent. In **Afrika/Nahost** lag das organische Umsatzwachstum bei 1,7 Prozent. Der Umsatz in der Region **Nordamerika** stieg organisch um 3,0 Prozent. In **Lateinamerika** erhöhte sich der Umsatz organisch um 4,4 Prozent, in **Asien/Pazifik** lag das organische Umsatzwachstum bei 5,9 Prozent.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** (EBIT) stieg um 9,1 Prozent von 3.172 Mio. Euro im Vorjahr auf 3.461 Mio. Euro. Alle drei Unternehmensbereiche trugen zu diesem Wachstum bei.

Die **bereinigte Umsatzrendite** (EBIT) verbesserte sich um 0,4 Prozentpunkte auf 17,3 Prozent. Das entspricht der Prognose für 2017, die eine Steigerung auf über 17 Prozent vorsah.

Das **Finanzergebnis** entwickelte sich infolge der Finanzierung der in 2016 und 2017 getätigten Akquisitionen von -33 Mio. Euro im Jahr 2016 auf -51 Mio. Euro im Berichtsjahr.

Der **bereinigte Jahresüberschuss** nach nicht beherrschenden Anteilen stieg gegenüber dem Vorjahr um 9,1 Prozent auf 2.534 Mio. Euro (2016: 2.323 Mio. Euro).

Das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) erhöhte sich um 9,1 Prozent von 5,36 Euro auf 5,85 Euro. Damit hat Henkel die verbesserte Prognose für das Wachstum des bereinigten EPS von rund 9 Prozent im Jahr 2017 erreicht.

Vorstand, Aufsichtsrat und Gesellschafterausschuss schlagen der Hauptversammlung am 9. April 2018 eine Erhöhung der **Dividende** je Vorzugsaktie um 10,5 Prozent auf 1,79 Euro (Vorjahr: 1,62 Euro) vor.

Der Vorschlag für die Dividende je Stammaktie liegt bei 1,77 Euro. Das ist ein Anstieg von 10,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr (1,60 Euro). Es wäre die höchste Dividende in der Unternehmensgeschichte. Die Ausschüttungsquote läge dann mit 30,7 Prozent in der angestrebten Bandbreite von 25 bis 35 Prozent.

Das **Netto-Umlaufvermögen** lag mit 4,8 Prozent des Umsatzes um 1,3 Prozentpunkte über dem Wert des Vorjahres.

Die **Nettofinanzposition** belief sich zum 31. Dezember 2017 auf -3.225 Mio. Euro (31. Dezember 2016: -2.301 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 2017 ein sehr starkes **organisches Umsatzwachstum** von 5,0 Prozent. Nominal stieg der Umsatz um 4,8 Prozent auf 9.387 Mio. Euro. Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** stieg um 6,4 Prozent und erreichte 1.734 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite verzeichnete ein gutes Wachstum und erreichte mit 18,5 Prozent einen neuen Höchstwert.

Der Unternehmensbereich **Beauty Care** erzielte im Geschäftsjahr 2017 ein positives **organisches Umsatzwachstum** von 0,5 Prozent. Nominal stieg der Umsatz um 0,8 Prozent auf 3.868 Mio. Euro. Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** verzeichnete einen Anstieg von 2,7 Prozent und erreichte 665 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite zeigte ein gutes Wachstum und erreichte mit 17,2 Prozent einen neuen Höchstwert.

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** erreichte im Geschäftsjahr 2017 ein gutes **organisches Umsatzwachstum** von 2,0 Prozent. Nominal stieg der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 14,8 Prozent auf 6.651 Mio. Euro. Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** erhöhte sich um 17,0 Prozent auf 1.170 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite zeigte einen guten Anstieg auf einen neuen Höchstwert von 17,6 Prozent. Die Übernahme von The Sun Products Corporation trug erheblich zum Wachstum von Umsatz und betrieblichem Ergebnis bei.

Henkel 2020⁺: große Fortschritte im Jahr 2017

„Bis 2020 und darüber hinaus verfolgen wir klare Ambitionen für Henkel. Wir wollen nachhaltiges profitables Wachstum erzielen, uns noch stärker auf die Bedürfnisse unserer Kunden und Konsumenten ausrichten sowie noch innovativer, agiler und digitaler werden“, sagte Hans Van Bylen, Vorsitzender des Vorstands von Henkel.

Um diese Ambitionen zu erreichen, hat Henkel vier **strategische Prioritäten** definiert: Wachstum vorantreiben, Digitalisierung beschleunigen, Agilität steigern und in Wachstum investieren. Im Geschäftsjahr 2017 hat Henkel große Fortschritte bei deren Umsetzung gemacht.

Um das **Wachstum voranzutreiben**, hat Henkel seine **Beziehungen zu den Kunden** und **Konsumenten** über alle Ebenen erfolgreich vertieft. Im Bereich Adhesive Technologies hat Henkel anspruchsvolle **Roadmaps für die Top-100-Kunden** entwickelt, um das Wachstum mit maßgeschneiderten Lösungen zu beschleunigen. Im Konsumentengeschäft weitet Henkel sein digitales

„**Connect2Consumer**“-Programm weiter aus, um konsumentenrelevante Innovationen und Services zu entwickeln.

Henkel hat außerdem das Wachstum seiner **führenden Marken und innovativen Technologien** weiter vorangetrieben. Im Klebstoffgeschäft war die starke Entwicklung durch überlegene und hochwirksame Lösungen für dynamische Wachstumsindustrien wie die Konsumentenelektronik, die Automobilindustrie und die allgemeine Industrie getragen. Im Bereich Beauty Care haben Innovationen in den Segmenten Colorationen und Styling das Wachstum vorangetrieben und Marktanteilsgewinne erzielt. Im US-Friseurgeschäft hat Henkel erfolgreich seine erste Influencer-Marke #mydentity auf den Markt gebracht. Laundry & Home Care hat sein Portfolio durch Innovationen in attraktiven Kategorien wie Spezialwaschmittel und im Bereich WC-Produkte ausgebaut.

Nach der **Akquisition** von Sun Products zeigte das kombinierte Laundry & Home Care-Geschäft in Nordamerika im Jahr 2017 eine sehr gute Entwicklung.

Im Geschäftsjahr 2017 hat Henkel zahlreiche **attraktive Akquisitionen** im Gesamtwert von rund 2 Milliarden Euro abgeschlossen, die das Portfolio ergänzen und die Wettbewerbsfähigkeit des Industrie- und Konsumentengeschäfts stärken werden.

Henkel erschließt neue **Quellen für Wachstum** auch durch Investitionen und Partnerschaften in den Bereichen digitale Services und Technologien, zum Beispiel im 3D-Druck oder bei innovativen Geschäftsmodellen im Konsumentenbereich.

Als Teil der strategischen Priorität „**Digitalisierung beschleunigen**“ hat Henkel den Austausch mit Kunden, Konsumenten, Geschäftspartnern und Lieferanten entlang der gesamten Wertschöpfungskette weiter digitalisiert. Alle drei Unternehmensbereiche steigerten den **digital erzielten Umsatz** mit zweistelligen Wachstumsraten. Henkel hat im Bereich **Industrie 4.0** investiert und Smart Factory-Konzepte eingeführt und die Digitalisierung der globalen Supply Chain weiter

vorangetrieben. Durch den Ausbau spezieller Schulungs- und Entwicklungsprogramme konnten die Mitarbeiter ihre **digitalen Fähigkeiten** weiter stärken. Der neu ernannte Chief Digital Officer hat eine eigene Organisation aufgebaut und treibt die **digitale Transformation** über alle Bereiche hinweg voran. **Henkel^X** wird dabei die neue Plattform sein, in der interne und externe Networking-Formate und Kollaborationsveranstaltungen, digitale Interaktionsformate sowie neue Formen der Zusammenarbeit gebündelt werden.

Mit dem Ziel, eine **agilere** Organisation zu schaffen, fördert Henkel bei seinen Mitarbeitern das **unternehmerische Denken**. Außerdem hat Henkel **flexiblere Geschäftsmodelle** eingeführt, um sich besser an die dynamischen Märkte anzupassen. Im Bereich Adhesive Technologies erlauben 28 kundennahe Steuerungseinheiten eine engere Zusammenarbeit. Außerdem hat Henkel seine **Arbeitsabläufe und Prozesse optimiert**, um schneller und flexibler zu werden. Im Rahmen der **Fastest Time-To-Market**-Initiative konnten die Einführungszeiten für Innovationen verkürzt und Markteintritte beschleunigt werden.

Alle Initiativen, um in **Wachstum zu investieren**, sind auf gutem Weg, die angestrebten Kostenvorteile zu erzielen. Insgesamt erwartet Henkel daraus ab 2020 jährliche Effizienzgewinne von mehr als 500 Millionen Euro.

ONE!VIEW schafft höhere Effizienz durch ein optimiertes Kostenmanagement und verbesserte Transparenz weltweit. Mit **ONE!GSC** bündelt Henkel alle weltweiten Supply Chain-Aktivitäten der Unternehmensbereiche in einer Organisation. Zudem hat Henkel das **Net Revenue Management** in allen Unternehmensbereichen ausgerollt und **Strukturen noch effizienter gestaltet**, zum Beispiel durch eine stärkere Automatisierung von Prozessen in den Shared Service Centern und den Einsatz von Robotics.

Über Henkel

Henkel verfügt weltweit über ein ausgewogenes und diversifiziertes Portfolio. Mit starken Marken, Innovationen und Technologien hält das Unternehmen mit seinen drei Unternehmensbereichen führende Marktpositionen – sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft: So ist Henkel Adhesive Technologies globaler Marktführer im Klebstoffbereich. Auch mit den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Beauty Care ist das Unternehmen in vielen Märkten und Kategorien führend. Henkel wurde 1876 gegründet und blickt auf eine über 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 53.000 Mitarbeiter, die ein vielfältiges Team bilden – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, einen gemeinsamen Unternehmenszweck und gemeinsame Werte. Die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit wird durch viele internationale Indizes und Rankings bestätigt. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Weitere Informationen finden Sie unter www.henkel.de.

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

Lars Korinth

Tel.: +49 211 797 - 1631

E-Mail: lars.korinth@henkel.com

Dr. Eva Sewing

Tel.: +49 211 797 - 5277

E-Mail: eva.sewing@henkel.com

Christopher Hüsgen

Tel.: +49 211 797 - 4314

E-Mail: christopher.huesgen@henkel.com

Mona Niermann

Tel.: +49 211 797 - 7151

E-Mail: mona.niermann@henkel.com

Presse & Medien

Lars Witteck

Tel.: +49 211 797 - 2606

E-Mail: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Tel.: +49 211 797 - 1875

E-Mail: wulf.klueppelholz@henkel.com

Hanna Philipps

Tel.: +49 211 797 - 2756

E-Mail: hanna.philipps@henkel.com

Den Geschäftsbericht 2017 und weitere Informationen mit Download-Material zum Geschäftsjahr 2017 sowie den Link zum Live-Webcast der Bilanzpressekonferenz finden Sie in unserer Pressemappe im Internet unter:

www.henkel.de/presse

www.henkel.de/ir

Kennzahlen 4. Quartal 2017 und 1-12/2017

| in Mio. Euro | Umsatz | | EBIT | | EBIT Marge | |
|--------------------------------|--------|--------|------|-------|------------|-------|
| | Q4 | 1-12 | Q4 | 1-12 | Q4 | 1-12 |
| Adhesive Technologies | | | | | | |
| 2017 | 2.348 | 9.387 | 353 | 1.657 | 15,0% | 17,7% |
| 2016 | 2.255 | 8.961 | 371 | 1.561 | 16,5% | 17,4% |
| organisches Wachstum | 6,4% | 5,0% | - | - | - | - |
| 2017 bereinigt ¹⁾ | - | - | 411 | 1.734 | 17,5% | 18,5% |
| 2016 bereinigt ¹⁾ | - | - | 397 | 1.629 | 17,6% | 18,2% |
| Beauty Care | | | | | | |
| 2017 | 920 | 3.868 | 110 | 535 | 11,9% | 13,8% |
| 2016 | 932 | 3.838 | 67 | 526 | 7,2% | 13,7% |
| organisches Wachstum | -1,0% | 0,5% | - | - | - | - |
| 2017 bereinigt ¹⁾ | - | - | 145 | 665 | 15,8% | 17,2% |
| 2016 bereinigt ¹⁾ | - | - | 148 | 647 | 15,9% | 16,9% |
| Laundry & Home Care | | | | | | |
| 2017 | 1.586 | 6.651 | 223 | 989 | 14,1% | 14,9% |
| 2016 | 1.638 | 5.795 | 121 | 803 | 7,4% | 13,9% |
| organisches Wachstum | 1,2% | 2,0% | - | - | - | - |
| 2017 bereinigt ¹⁾ | - | - | 280 | 1.170 | 17,6% | 17,6% |
| 2016 bereinigt ¹⁾ | - | - | 248 | 1.000 | 15,2% | 17,3% |
| Henkel | | | | | | |
| 2017 | 4.886 | 20.029 | 643 | 3.055 | 13,2% | 15,3% |
| 2016 | 4.856 | 18.714 | 526 | 2.775 | 10,8% | 14,8% |
| organisches Wachstum | 3,2% | 3,1% | - | - | - | - |
| 2017 bereinigt ¹⁾ | - | - | 801 | 3.461 | 16,4% | 17,3% |
| 2016 bereinigt ¹⁾ | - | - | 765 | 3.172 | 15,8% | 16,9% |

| Henkel | Q4/2016 | Q4/2017 | Veränd. | 1-12/ 2016 | 1-12/ 2017 | Veränd. |
|---|---------|---------|---------|---------------|---------------|---------|
| Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro | 0,90 | 1,69 | 87,8% | 4,74 | 5,81 | 22,6% |
| Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro ¹⁾ | 1,27 | 1,35 | 6,3% | 5,36 | 5,85 | 9,1% |

Veränderungen auf Basis der Werte in Tausend Euro

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen