

**Statement Kasper Rorsted  
Vorsitzender des Vorstands  
Conference-Call  
12. August 2014, 10.30 Uhr**

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich begrüße Sie herzlich zu unserer heutigen Telefonkonferenz.

Wir haben heute morgen unsere Pressemitteilung und den Quartalsbericht über den Geschäftsverlauf von April bis Juni 2014 veröffentlicht.

Ich möchte Ihnen daher nur die wichtigsten Eckdaten und den Ausblick für das laufende Jahr erläutern. Danach beantworten unser Finanzvorstand Carsten Knobel und ich gerne Ihre Fragen.

Meine Damen und Herren,

auch im zweiten Quartal prägten hohe wirtschaftliche und politische Unsicherheiten die Entwicklung der Weltwirtschaft. Das betraf vor allem einige Länder in den Wachstumsregionen. So hat sich zum Beispiel die Situation in Osteuropa und im Nahen Osten verschärft.

Negative Wechselkurseffekte machten sich weiterhin stark bemerkbar. Dies galt insbesondere für einige Währungen in den Wachstumsregionen. Zudem wertete der US-Dollar gegenüber dem Euro ab. Damit hielt der Trend aus den vorangegangenen Quartalen an.

Trotz dieser schwierigen Rahmenbedingungen hat Henkel die gute Entwicklung im zweiten Quartal 2014 fortgesetzt. Wir haben die Umsätze in allen Unternehmensbereichen organisch gesteigert und sind noch profitabler geworden. Unsere Wachstumsmärkte zeigten erneut eine starke Entwicklung und trugen überdurchschnittlich zu unserem Geschäftserfolg bei. Aber auch in den reifen Märkten konnten wir weiter zulegen.

Im Folgenden möchte ich kurz auf die wichtigsten Zahlen des zweiten Quartals eingehen.

Zwischen April und Juni 2014 erzielte Henkel einen Umsatz von 4,1 Mrd. Euro. Er lag 3,5 Prozent unter dem Wert des Vorjahres.

Der Rückgang beruht ausschließlich auf negativen Währungseffekten. Sie belasteten die Umsätze mit fast 7 Prozent, das sind rund 280 Millionen Euro.

Die organische Entwicklung war hingegen weiterhin gut: Bereinigt um Währungseffekte, um Akquisitionen und Divestments stieg der Konzernumsatz um 3,3 Prozent. Dazu trugen alle Unternehmensbereiche bei.

Laundry & Home Care zeigte ein gutes organisches Umsatzplus von 4,2 Prozent. Beauty Care erzielte ein gutes organisches Umsatzwachstum von 2,1 Prozent. Adhesive Technologies verzeichnete ebenfalls einen guten organischen Zuwachs von 3,7 Prozent.

Der Blick in die Regionen zeigt, dass wir die Umsätze in den reifen Märkten weiter gesteigert haben. Trotz eines starken Wettbewerbs verzeichneten wir in Westeuropa ein organisches Wachstum von über zwei Prozent. Dabei konnten wir die leichten Rückgänge in Südeuropa vor allem durch das Wachstum in Frankreich und den Benelux-Ländern kompensieren. Auch in Deutschland legten wir weiter zu. Damit ist und bleibt Deutschland eine wesentliche Säule unseres Erfolges.

Insgesamt war die Entwicklung in Westeuropa besser als in Nordamerika. Hier gingen die Umsätze organisch leicht zurück. Dennoch zeigten unserer Geschäfte im Vergleich zum ersten Quartal 2014 eine stärkere Entwicklung. Diese war insbesondere von unserem Industriegeschäft getragen. Im Konsumentengeschäft dagegen blieb das Umfeld äußerst herausfordernd.

Wie in den vorherigen Quartalen spielten die Wachstumsmärkte für unsere Geschäfte eine wichtige Rolle. Dort verzeichneten wir ein starkes organisches Umsatzplus von 6,5 Prozent.

In China, unserem weltweit drittgrößten Markt, erzielten wir erneut ein zweistelliges organisches Umsatzplus. Auch in den anderen asiatischen Märkten legten die Umsätze insgesamt zu.

In Osteuropa stieg der Umsatz organisch um 2,8 Prozent. Gut lief es vor allem in der Türkei und in Russland. Trotz der Verschärfung der Ukraine-Krise spürten wir in Russland im zweiten Quartal noch keine maßgeblichen Auswirkungen auf die organische Entwicklung unserer Geschäfte. In der Ukraine hingegen spürten wir die Folgen des Konflikts deutlich. Hier ging der Umsatz organisch sehr stark zurück. Negative Wechselkurseffekte belasteten die Entwicklung in beiden Ländern.

In Lateinamerika erzielten wir einen organischen Zuwachs von 3,8 Prozent. Dazu trug insbesondere der wichtige mexikanische Markt bei.

Besonders erfreulich war der Geschäftsverlauf erneut in Afrika/Nahost. Obwohl die politische Situation in einigen Ländern belastete, stieg der Umsatz organisch um 17,5 Prozent.

Konzernweit wuchs das um einmalige Erträge, einmalige Aufwendungen sowie Restrukturierungsaufwendungen bereinigte betriebliche Ergebnis um 2,1 Prozent auf 674 Millionen Euro.

Die bereinigte Umsatzrendite konnten wir noch einmal deutlich um 0,9 Prozentpunkte auf 16,3 Prozent verbessern. Hierzu leisteten alle Unternehmensbereiche ihren Beitrag.

Beim bereinigten Quartalsüberschuss erreichten wir 499 Millionen Euro. Das ist ein Zuwachs von 8,2 Prozent.

Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie stieg um 8,4 Prozent auf 1 Euro und 16 Cent. Bei der Nettofinanzposition wies Henkel Ende Juni eine Nettogeldanlage von 156 Millionen Euro aus. Das bedeutet ein Plus von rund 300 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr. Der Rückgang der Nettogeldanlage gegenüber dem ersten Quartal 2014 ist im Wesentlichen auf die höhere Dividendenzahlung von rund 530 Millionen Euro sowie unsere Akquisitionen zurückzuführen.

Meine Damen und Herren,

es ist unsere Strategie, das organische Wachstum unserer Geschäfte durch gezielte Akquisitionen in allen drei Unternehmensbereichen zu fördern. Im zweiten Quartal haben wir Zukäufe im Gesamtwert von 1,2 Milliarden Euro bekanntgegeben. Anfang Juni haben wir für den Bereich Laundry & Home Care eine Vereinbarung zum vollständigen Erwerb der französischen Spotless-Gruppe unterzeichnet. Im Bereich Beauty Care haben wir den Zukauf der drei amerikanischen Hair-Professional-Unternehmen SexyHair, Alterna und Kenra abgeschlossen. Zudem haben wir in Lateinamerika die Haarpflegemarke Pert übernommen.

Diese Akquisitionen sind Beleg unserer Strategie, in den reifen Märkten gezielt in attraktive Kategoriepositionen zu investieren. Mit den erworbenen Geschäften stärken wir unsere Profitabilität und bauen unsere Marktpositionen weiter aus. Auch in Zukunft sehen wir Spielraum für weitere Akquisitionen.

Damit komme ich zu unserem Ausblick für das laufende Geschäftsjahr.

Wir gehen weiterhin von einem schwierigen Umfeld aus. Die Weltwirtschaft wird voraussichtlich nur moderat wachsen. In den reifen Märkten rechnen wir mit einem Anstieg um etwa 2 Prozent, in den Wachstumsmärkten um rund 4 Prozent. Die stärksten Impulse erwarten wir in Asien (ohne Japan).

Hier rechnen wir mit einem Zuwachs der Wirtschaftsleistung um etwa 5 Prozent.

Bei den Wechselkursen erwarten wir kurzfristig keine entscheidenden Verbesserungen.

Wir beobachten die Entwicklungen in den Krisenregionen, die sich weiter verschärft haben, mit Sorge. Die Sicherheit und das Wohl unserer Mitarbeiter vor Ort haben für uns oberste Priorität.

Wir gehen davon aus, dass sich die aktuellen Entwicklungen im Konflikt zwischen Russland und der Ukraine sowie die anhaltenden politischen Unruhen in Nahost im weiteren Jahresverlauf negativ auf das Marktumfeld auswirken werden. Vor diesem Hintergrund erwarten wir in der zweiten Jahreshälfte ein schwächeres Wachstum des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie als im ersten Halbjahr.

Daher bleiben schnelle Reaktion und hohe Flexibilität für uns entscheidende Erfolgsfaktoren und wir werden unsere Prozesse und Strukturen ständig weiter vereinfachen und beschleunigen.

Trotz des schwierigen Umfelds bestätigen wir heute unseren Ausblick für das laufende Geschäftsjahr.

Für 2014 erwarten wir ein organisches Umsatzwachstum von 3 bis 5 Prozent. Wir erwarten, dass alle Unternehmensbereiche in dieser Bandbreite zulegen.

Bei der bereinigten Umsatzrendite rechnen wir mit einem Anstieg auf etwa 15,5 Prozent.

Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie soll um einen hohen einstelligen Prozentsatz zulegen.

Meine Damen und Herren,

Wir haben eine klare Strategie 2016. Sie bildet die Grundlage für die weitere, erfolgreiche Entwicklung unseres Unternehmens. Trotz der zunehmend schwierigen und volatilen Marktbedingungen arbeiten wir konsequent an der Implementierung unserer strategischen Prioritäten und haben hier auch im abgelaufenen Quartal weitere Fortschritte gemacht. Daher sehen wir uns auf einem guten Weg bei der Umsetzung unserer Strategie und der Erreichung unserer Ziele bis zum Jahr 2016.

Meine Damen und Herren,

vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. Herr Knobel und ich stehen Ihnen jetzt für Fragen zur Verfügung.

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.