



News Release

13. August 2019

Henkel aktualisiert Ausblick für das Gesamtjahr 2019

Gemischte Entwicklung in zunehmend schwierigerem Marktumfeld

- **Adhesive Technologies mit robuster Performance**
- **Beauty Care unter Erwartungen**
- **Laundry & Home Care verzeichnet gute Geschäftsentwicklung**
- **Umsatz mit 5.121 Mio. Euro in etwa auf Vorjahresniveau, organisch: -0,4%**
- **EBIT-Marge*: 16,5% (-1,5 pp), Ergebnis je Vorzugsaktie*: 1,43 Euro (-9,5%)**
- **Erste Erfolge der angekündigten Wachstumsinitiativen**
- **Investitionen in Wachstum und Digitalisierung**
- **Starke Bilanz mit gutem Cash-Management**

Düsseldorf – Die Geschäftsentwicklung von Henkel war im **zweiten Quartal** durch ein zunehmend schwieriges Marktumfeld belastet. Der **Umsatz** lag nominal und organisch in etwa auf dem Niveau des Vorjahres. Die **bereinigte EBIT-Marge**, das bereinigte Ergebnis sowie das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)** lagen unter dem Vorjahr.

Im **ersten Halbjahr 2019** erzielte Henkel eine leicht positive organische Umsatzentwicklung, während die Marge rückläufig war – entsprechend der Erwartungen nach Ankündigung höherer Wachstumsinvestitionen zu Beginn des Jahres.

LOCTITE TECHNOMELT TEROSON  **Dial** **syoss** **Persil**  **Bref**

Seite 1/8

* Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

„Die Entwicklung im zweiten Quartal war vor allem von einer deutlich rückläufigen Nachfrage in wichtigen Abnehmerindustrien wie der Automobilindustrie geprägt. Davon wurde insbesondere unser Industriegeschäft beeinflusst. Dennoch erzielte **Adhesive Technologies** eine robuste Geschäftsentwicklung mit einem Umsatz in etwa auf Vorjahresniveau und einer ausgezeichneten Umsatzrendite“, sagte Hans Van Bylen, Vorsitzender des Vorstands von Henkel.

„Die Entwicklung im Retail-Geschäft von **Beauty Care** lag deutlich unter unseren Erwartungen. Das lag zum einen an einer noch nicht zufriedenstellenden Entwicklung in den reifen Märkten wie Nordamerika und Westeuropa. In China war das Retail-Geschäft belastet durch die fortgesetzten Anpassungen von Lagerbeständen. Hinzu kamen insgesamt höhere Aufwendungen für Marketing und Vertrieb“, erläuterte Hans Van Bylen. „Das Professional-Geschäft setzte dagegen seine starke Entwicklung fort.“

„Im Bereich **Laundry & Home Care** erzielten wir ein gutes organisches Umsatzwachstum. Die bereinigte Umsatzrendite lag trotz der angekündigten Investitionen weiterhin auf einem hohen Niveau. Zu der insgesamt guten Entwicklung in diesem Unternehmensbereich trugen auch die neu eingeführten Innovationen bei.“

Investitionen in Wachstum und Digitalisierung

„Wir setzen unsere **strategischen Prioritäten** auch in Zukunft, trotz des sich eintrübenden wirtschaftlichen Ausblicks, weiter um und setzen unsere geplanten **Wachstumsinvestitionen** wie angekündigt fort. Wir konzentrieren uns auf die Stärkung unserer Geschäfte und wollen unsere Wettbewerbsfähigkeit weiter erhöhen, um nachhaltig profitables Wachstum zu erzielen“, führte Hans Van Bylen weiter aus.

„Gleichzeitig haben wir die sich **verändernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen** in unserem Ausblick für das Geschäftsjahr 2019 berücksichtigt.“

Aktualisierter Ausblick für das Geschäftsjahr 2019

Henkel erwartet im zweiten Halbjahr keine Belebung der industriellen Nachfrage – im Gegensatz zu den bisherigen Einschätzungen. Zudem wird erwartet, dass sich der Unternehmensbereich Beauty Care im weiteren Jahresverlauf noch unter unseren ursprünglich angestrebten Erwartungen entwickeln wird. Vor diesem Hintergrund hat Henkel den **Ausblick für das Gesamtjahr aktualisiert**.

Henkel hatte bisher für den **Konzern** und **alle drei Unternehmensbereiche** ein organisches Umsatzwachstum zwischen 2 und 4 Prozent erwartet. Nun erwartet Henkel für den **Konzern** ein organisches Umsatzwachstum in Höhe von 0 bis 2 Prozent. Für den Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erwartet Henkel ein organisches Umsatzwachstum von -1 bis 1 Prozent. Für den Unternehmensbereich **Beauty Care** geht Henkel von einer organischen Umsatzentwicklung zwischen -2 und 0 Prozent aus. Für den Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** erwartet Henkel weiterhin ein organisches Wachstum in der Bandbreite von 2 bis 4 Prozent.

Die **bereinigte EBIT-Marge** soll für den Konzern weiterhin in der Bandbreite zwischen 16 und 17 Prozent liegen.

Beim **bereinigten Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)** geht Henkel jetzt von einer Entwicklung im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich unter Vorjahresniveau bei konstanten Wechselkursen aus (bisher: mittlerer einstelliger Prozentbereich unter Vorjahresniveau bei konstanten Wechselkursen).

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2019

Der **Umsatz** lag im zweiten Quartal 2019 mit 5.121 Mio. Euro in etwa auf dem Niveau des Vorjahresquartals. **Organisch** – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – entwickelte sich der Umsatz mit -0,4 Prozent leicht rückläufig. Akquisitionen und Divestments erhöhten den Umsatz um 0,5 Prozent. Negative Wechselkurseffekte minderten den Umsatz um -0,5 Prozent.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** verzeichnete eine leicht rückläufige organische Umsatzentwicklung von -1,2 Prozent. Im Unternehmensbereich **Beauty Care** lag der Umsatz organisch -2,4 Prozent unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** erreichte eine gute organische Wachstumsrate von 2,0 Prozent.

Die **Wachstumsregionen** erzielten eine starke organische Umsatzsteigerung von 3,9 Prozent. Afrika/Nahost und Lateinamerika erreichten ein zweistelliges Umsatzplus. Die **reifen Märkte** zeigten im zweiten Quartal eine rückläufige organische Umsatzentwicklung von -3,2 Prozent.

In einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld zeigte die Region **Westeuropa** organisch mit -1,8 Prozent eine rückläufige Entwicklung. Der Umsatz in **Osteuropa** erhöhte sich organisch um 8,0 Prozent. In **Afrika/Nahost** wurde ein organisches Umsatzwachstum von 16,5 Prozent erzielt. In der Region **Nordamerika** entwickelte sich der Umsatz organisch mit -5,0 Prozent rückläufig. In **Lateinamerika** stieg der Umsatz organisch um 11,0 Prozent. Der Umsatz in der Region **Asien/Pazifik** verringerte sich organisch um -7,9 Prozent.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT)** verringerte sich um -8,6 Prozent von 926 Mio. Euro im zweiten Quartal 2018 auf 846 Mio. Euro.

Die **bereinigte Umsatzrendite (EBIT)** erreichte 16,5 Prozent und lag damit -1,5 Prozentpunkte unter dem Niveau des Vorjahresquartals.

Das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** verringerte sich um -9,5 Prozent von 1,58 Euro im zweiten Quartal 2018 auf 1,43 Euro. Bei konstanten Wechselkursen betrug die Entwicklung des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie ebenfalls -9,5 Prozent.

Das **Netto-Umlaufvermögen** bezogen auf die Umsatzerlöse lag mit 6,7 Prozent leicht über dem Wert des zweiten Quartals 2018 (6,3 Prozent).

Entwicklung der Unternehmensbereiche

Im zweiten Quartal 2019 erreichte der **Umsatz** des Unternehmensbereichs **Adhesive Technologies** 2.422 Mio. Euro und lag damit annähernd auf dem Niveau des Vorjahresquartals. **Organisch** verringerte sich der Umsatz um -1,2 Prozent. Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** stieg im Vergleich zum Vorjahresquartal um 1,5 Prozent auf 469 Mio. Euro. Die **bereinigte Umsatzrendite** entwickelte sich gut gegenüber dem zweiten Quartal 2018 und erreichte 19,3 Prozent. Besonders positiv war die Entwicklung mit Anwendungen für die Luftfahrtindustrie, die im zweiten Quartal zweistellig gewachsen sind.

Im Unternehmensbereich **Beauty Care** zeigte der **Umsatz** im zweiten Quartal 2019 eine **organische** Entwicklung von -2,4 Prozent. Nominal lag der Umsatz -3,2 Prozent unter dem Niveau des Vorjahresquartals und erreichte 1.002 Mio. Euro. Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** erreichte 122 Mio. Euro und lag -34,9 Prozent unter dem Niveau des zweiten Quartals 2018. Die **bereinigte Umsatzrendite** wies mit 12,2 Prozent einen deutlichen Rückgang auf. Die Entwicklung von Beauty Care im **Retail-Geschäft** war zum einen durch die schwache Performance in reifen Märkten bedingt. Zum anderen war das Retail-Geschäft in China durch die fortgesetzten Anpassungen von Lagerbeständen belastet. Hinzu kamen insgesamt höhere Aufwendungen für Investitionen in Marketing und Vertrieb sowie für gestiegene Materialpreise. Das **Professional-Geschäft** setzte hingegen seine erfolgreiche Entwicklung fort und erreichte erneut ein starkes organisches Wachstum.

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** erreichte im zweiten Quartal eine gute **organische Umsatzsteigerung** von 2,0 Prozent. Nominal stieg der Umsatz um 1,3 Prozent von 1.644 Mio. Euro im Vorjahresquartal auf 1.666 Mio. Euro. Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** sank im Vergleich zum Vorjahresquartal um -5,3 Prozent auf 279 Mio. Euro. Die **bereinigte Umsatzrendite** erreichte 16,8 Prozent und lag damit – wie erwartet – unter dem Niveau des zweiten Quartals 2018. Diese Entwicklung war insbesondere beeinflusst durch die am Jahresanfang

angekündigten höheren Aufwendungen für Investitionen in Marketing und Vertrieb sowie für die Einführung von Innovationen. Besonders gut war die Entwicklung im Geschäftsfeld Reinigungsmittel (Home Care), das ein sehr starkes organisches Wachstum erzielen konnte. Auch die neuen Persil Vier-Kammern-Discs wurden in verschiedenen Märkten erfolgreich eingeführt.

Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2019

Im ersten Halbjahr 2019 stieg der **Umsatz** um 1,1 Prozent auf 10,1 Mrd. Euro. **Organisch** – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – lag die Umsatzentwicklung bei 0,1 Prozent. Wechselkurseffekte trugen 0,4 Prozent zum Umsatzwachstum bei.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** verringerte sich um -7,2 Prozent von 1.768 Mio. Euro auf 1.641 Mio. Euro.

Die **bereinigte Umsatzrendite** lag bei 16,3 Prozent nach 17,7 Prozent im Vorjahreszeitraum.

Das **bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie** entwickelte sich mit -8,0 Prozent von 3,01 Euro auf 2,77 Euro rückläufig. Bei konstanten Wechselkursen betrug die Entwicklung des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie ebenfalls -8,0 Prozent.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** zeigte im ersten Halbjahr 2019 eine leicht rückläufige Umsatzentwicklung von -1,0 Prozent. Die bereinigte Umsatzrendite lag bei 18,1 Prozent (Vorjahr: 18,5 Prozent).

Der Umsatz im Unternehmensbereich **Beauty Care** verringerte sich organisch um -2,3 Prozent. Die bereinigte Umsatzrendite betrug 13,5 Prozent (Vorjahr: 17,4 Prozent).

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** erreichte eine starke organische Umsatzsteigerung von 3,3 Prozent. Die bereinigte Umsatzrendite lag bei 16,9 Prozent (Vorjahr: 18,2 Prozent).

Die **Nettofinanzposition** lag zum 30. Juni 2019 bei -2.820 Mio. Euro (31. Dezember 2018: -2.895 Mio. Euro) und verbesserte sich damit weiter – trotz Ausschüttung einer Rekorddividende in Höhe von rund 800 Mio. Euro im zweiten Quartal.

Fokus auf nachhaltig profitables Wachstum

„Wir verfolgen eine langfristige Strategie mit klaren Prioritäten und ambitionierte Ziele“, sagte Hans Van Bylen. „Unsere Investitionen in Marken, Technologien, Innovationen und Digitalisierung bekräftigen unseren Anspruch, nachhaltig profitables Wachstum zu erzielen.“

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. Im Geschäftsjahr 2018 erzielte Henkel einen Umsatz von rund 20 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 3,5 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit rund 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.

Dieses Dokument enthält Aussagen, die sich auf unseren künftigen Geschäftsverlauf und künftige finanzielle Leistungen sowie auf künftige Henkel betreffende Vorgänge oder Entwicklungen beziehen und zukunftsgerichtete Aussagen darstellen können. Mit der Verwendung von Worten wie erwarten, beabsichtigen, planen, vorhersehen, davon ausgehen, glauben, schätzen und ähnlichen Formulierungen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. Solche Aussagen beruhen auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel AG & Co. KGaA. 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 (sowohl negativ als auch positiv) wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, zum Beispiel 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.

Dieses Dokument enthält – in einschlägigen Rechnungslegungsrahmen nicht genau bestimmte – ergänzende Finanzkennzahlen, die sogenannte alternative Leistungskennzahlen sind oder sein können. Für die Beurteilung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von Henkel sollten diese ergänzenden Finanzkennzahlen nicht isoliert oder als Alternative zu den im Konzernabschluss dargestellten und im Einklang mit einschlägigen Rechnungslegungsrahmen ermittelten Finanzkennzahlen herangezogen werden. Andere Unternehmen, die alternative Leistungskennzahlen mit einer ähnlichen Bezeichnung darstellen oder berichten, können diese anders berechnen.

Dieses Dokument wurde nur zu Informationszwecken erstellt und stellt somit weder eine Anlageberatung noch ein Angebot zum Verkauf oder eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren irgendwelcher Art dar.

Kontakt

Investoren & Analysten

Lars Korinth

Tel.: +49 211 797 - 1631

E-Mail: lars.korinth@henkel.com

Mona Niermann

Tel.: +49 211 797 - 7151

E-Mail: mona.niermann@henkel.com

Steffen Nix

Tel.: +49 211 797 - 6459

E-Mail: steffen.nix@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

Jennifer Ott

Tel.: +49 211 797 - 2756

E-Mail: jennifer.ott@henkel.com

Die Mitteilung zum zweiten Quartal 2019 und weitere Informationen mit Download-Material sowie den Link zur Übertragung der Telefonkonferenz finden Sie im Internet unter:

www.henkel.de/presse

www.henkel.de/ir



Kennzahlen 2. Quartal 2019 und 1-6 2019

in Mio. Euro	Umsatz		EBIT		EBIT Marge	
	Q2	1-6	Q2	1-6	Q2	1-6
Adhesive Technologies						
2019	2.422	4.731	444	825	18,3%	17,4%
2018	2.432	4.702	438	827	18,0%	17,6%
organisches Wachstum	-1,2%	-1,0%	-	-	-	-
2019 bereinigt ¹⁾	-	-	469	857	19,3%	18,1%
2018 bereinigt ¹⁾	-	-	462	871	19,0%	18,5%
Beauty Care						
2019	1.002	1.962	98	234	9,8%	11,9%
2018	1.035	2.000	151	303	14,6%	15,2%
organisches Wachstum	-2,4%	-2,3%	-	-	-	-
2019 bereinigt ¹⁾	-	-	122	266	12,2%	13,5%
2018 bereinigt ¹⁾	-	-	187	349	18,1%	17,4%
Laundry & Home Care						
2019	1.666	3.334	240	483	14,4%	14,5%
2018	1.644	3.213	246	465	14,9%	14,5%
organisches Wachstum	2,0%	3,3%	-	-	-	-
2019 bereinigt ¹⁾	-	-	279	565	16,8%	16,9%
2018 bereinigt ¹⁾	-	-	295	586	17,9%	18,2%
Henkel						
2019	5.121	10.090	756	1.492	14,8%	14,8%
2018	5.143	9.978	814	1.553	15,8%	15,6%
organisches Wachstum	-0,4%	0,1%	-	-	-	-
2019 bereinigt ¹⁾	-	-	846	1.641	16,5%	16,3%
2018 bereinigt ¹⁾	-	-	926	1.768	18,0%	17,7%
Henkel						
	Q2 2018	Q2 2019	Veränd.	1-6 2018	1-6 2019	Veränd.
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,38	1,28	-7,2%	2,63	2,51	-4,6%
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro ¹⁾	1,58	1,43	-9,5%	3,01	2,77	-8,0%
bei konstanten Wechselkursen			-9,5%			-8,0%

Veränderungen auf Basis der Werte in Tausend Euro

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen