



25.02.2009 - 07:32 Uhr

## Henkel mit Umsatz- und Ergebnisplus

Düsseldorf (euro adhoc) -

National Starch-Übernahme und Ecolab-Verkauf prägen Geschäftsergebnis

ots.CorporateNews übermittelt durch euro adhoc mit dem Ziel einer europaweiten Verbreitung. Für den Inhalt der Mitteilung ist das Unternehmen verantwortlich.

Aktien/Bilanz/Börse/Finanzen/Industrie/Unternehmen/Henkel

Starkes Umsatzwachstum von 8,1 Prozent auf 14,1 Mrd. Euro

Organisches Umsatzwachstum von 3,0 Prozent  
Bereinigtes betriebliches Ergebnis\*: plus 9,1 Prozent auf 1.495 Mio.Euro  
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie\*: plus 3,2 Prozent auf 2,26 Euro  
Umsatzanteil Wachstumsregionen: plus 3 Prozentpunkte auf 37 Prozent  
Dividende auf Vorjahresniveau vorgeschlagen

"Im Geschäftsjahr 2008 haben wir uns in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld sehr gut behauptet. Alle Unternehmensbereiche konnten dabei erneut stärker wachsen als die relevanten Märkte. Dazu haben insbesondere unsere Geschäfte in den Wachstumsregionen beigetragen", erklärt Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands von Henkel. "Wir haben uns mit dem Anfang 2008 gestarteten globalen Programm zur Effizienzsteigerung frühzeitig auf das zunehmend schwierigere Marktumfeld eingestellt. Damit und durch die Akquisition der National Starch-Geschäfte haben wir unsere Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig gestärkt. Zudem zeigt die stärkere Fokussierung auf unsere strategischen Prioritäten bereits erste Erfolge." Rorsted weiter: "Uns ist bewusst, dass 2009 kein einfaches Jahr werden wird. Die weitere gesamtwirtschaftliche Entwicklung ist zurzeit nur schwer einschätzbar. Wir sind jedoch gut gerüstet und daher zuversichtlich, gestärkt aus dem schwierigen Umfeld hervorzugehen."

Henkel hat im Geschäftsjahr 2008 den Umsatz um 8,1 Prozent auf 14.131 Mio. Euro gesteigert. Der deutliche Anstieg ist hauptsächlich auf die Akquisition der National Starch-Geschäfte im April 2008 zurückzuführen. Bereinigt um Wechselkurseffekte wurde der Umsatz um 11,6 Prozent gesteigert. Das organische Umsatzwachstum, das heißt, bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, betrug gute 3,0 Prozent und lag damit im Rahmen der Prognose für das Gesamtjahr. Zu dem organischen Umsatzwachstum haben alle Unternehmensbereiche beigetragen, wobei die Bereiche Wasch-/Reinigungsmittel und Kosmetik/Körperpflege eine stärkere Dynamik zeigten. Das organische Umsatzwachstum resultierte aus Preiseffekten in Höhe von 3,2 Prozent und einem Mengenrückgang von 0,2 Prozent.

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) ist im abgelaufenen Geschäftsjahr vor allem von den Restrukturierungsaufwendungen beeinflusst worden, die im Zusammenhang mit dem weltweiten Programm zur Effizienzsteigerung und der Integration der National Starch-Geschäfte angefallen sind. Diese lagen, einschließlich der normalen Restrukturierungsaufwendungen, bei insgesamt 663 Mio. Euro nach 34 Mio. Euro im Vorjahr. Als Folge ging der EBIT auf 779 Mio. Euro zurück. Das betriebliche Ergebnis, bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen ("bereinigter EBIT"), stieg dagegen von 1.370 Mio. Euro auf 1.460 Mio. Euro (+ 6,6 Prozent). Die Steigerung resultiert vor allem aus der Konsolidierung der National Starch-Geschäfte. In diesem Wert sind

Abschreibungen auf neu bewertete immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 35 Mio. Euro enthalten, die im Rahmen der Kaufpreisallokation für die Akquisition der National Starch-Geschäfte ermittelt worden sind. Der bereinigte EBIT vor Abschreibungen aufgrund der Kaufpreisallokation, der Basis für die von Henkel im November präzisierte Prognose von etwa 10 Prozent war, stieg demnach um 9,1 Prozent auf 1.495 Mio. Euro.

Die EBIT-Marge betrug 5,5 Prozent, wobei die bereinigte EBIT-Marge von 10,5 Prozent auf 10,3 Prozent zurückging, insbesondere weil die beiden Unternehmensbereiche Wasch-/Reinigungsmittel und Adhesive Technologies von den deutlichen Rohstoffpreiserhöhungen betroffen waren. Vor Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte aus der Akquisition der National Starch-Geschäfte stieg die Umsatzrendite um 0,1 Prozentpunkte auf 10,6 Prozent.

Das Finanzergebnis 2008 ist durch den Gewinn aus der Veräußerung der Henkel-Beteiligung an Ecolab in Höhe von 1.042 Mio. Euro geprägt. Dadurch erhöhte sich das Finanzergebnis insgesamt um 942 Mio. Euro, von -94 Mio. Euro auf 848 Mio. Euro. Im Zinsergebnis wirkte sich die Finanzierung des Kaufpreises für die National Starch-Geschäfte aus. Der Zinssaldo ging um 97 Mio. Euro auf -275 Mio. Euro zurück. Die Steuerquote lag mit 24,2 Prozent leicht unter dem Niveau des Vorjahres.

Der Jahresüberschuss erhöhte sich aufgrund des deutlich gestiegenen Finanzergebnisses um 292 Mio. Euro auf 1.233 Mio. Euro. Nach Abzug von Anteilen anderer Gesellschafter in Höhe von 12 Mio. Euro lag der Jahresüberschuss bei 1.221 Mio. Euro. Der bereinigte Jahresüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter erhöhte sich um 4 Mio. Euro auf 945 Mio. Euro. Das Ergebnis je Vorzugsaktie stieg von 2,14 Euro auf 2,83 Euro. Bereinigt blieb es auf dem Vorjahresniveau von 2,19 Euro, vor Abschreibungen aus der Kaufpreisallokation lag es bei 2,26 Euro.

Angesichts dieser Ergebnisentwicklung schlugen Vorstand, Aufsichtsrat und Gesellschafterausschuss der Hauptversammlung eine unveränderte Dividende je Vorzugsaktie von 0,53 Euro und je Stammaktie von 0,51 Euro vor.

Entwicklung der Unternehmensbereiche Im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel konnte der Umsatz organisch um erfreuliche 3,8 Prozent gesteigert werden und lag damit über der Entwicklung der relevanten Märkte. Nominal stieg der Umsatz um 0,6 Prozent auf 4.172 Mio. Euro, wobei Wechselkurseffekte sich negativ bemerkbar machten. Der Anstieg war vor allem preisgetrieben. Das Wachstum wurde insbesondere von der Region Europa/Afrika/Nahost getragen, wobei der Wachstumsschwerpunkt in Osteuropa lag. In Westeuropa ließ sich der Vorjahresumsatz dagegen nicht erreichen. Neben der hohen Vorjahresbasis aufgrund der europaweiten "Best-Ever" Kampagne und des Markenjubiläums von Persil waren auch Preiserhöhungen für diese Entwicklung verantwortlich. Der starke Anstieg der Rohstoff- und Energiepreise belastete bis weit in die zweite Jahreshälfte hinein das Ergebnis. Mithilfe einer Vielzahl weltweiter Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung sowie durch Preiserhöhungen konnte dieser negative Effekt jedoch zum großen Teil kompensiert werden. Dennoch ging das betriebliche Ergebnis um 4,2 Prozent auf 439 Mio. Euro zurück, bereinigt um Wechselkurseffekte betrug der Rückgang 2,0 Prozent. Im betrieblichen Ergebnis sind außerdem 14 Mio. Euro Aufwendungen für die vormals zentrale Forschung enthalten. Das Umsatzwachstum im Geschäftsbereich Waschmittel wurde vor allem von den Universalwaschmitteln und den Weichspülern getragen. Hier erwies sich die größte Marke, Persil, mit hohen Zuwachsraten insbesondere in Osteuropa und Afrika/Nahost als Wachstumstreiber. Bei den Weichspülern konnte der Umsatz vor allem auf den europäischen Märkten und in Nordamerika gesteigert werden. Hier machte sich unter anderem die erfolgreiche Neueinführung von Vernel Crystals und Purex Natural Elements positiv bemerkbar. Zur guten Umsatzentwicklung bei den Reinigungsmitteln trugen insbesondere die Geschirrspülmittel und die WC-Produkte bei. Im Bereich der Maschinengeschirrspülmittel kam das Wachstum dabei vor allem aus Europa, bei den Handgeschirrspülmitteln war besonders das Geschäft in der Region Afrika/Nahost erfolgreich. Mit der Marke Pril wurden dabei in wichtigen Ländern der Region zweistellige Zuwachsraten erzielt. Im vierten Quartal wurde in

Deutschland und in der Schweiz mit Terra Activ eine neue Marke eingeführt, die durch den Einsatz von überwiegend auf nachwachsenden Rohstoffen basierenden Inhaltsstoffen hohe Umweltverträglichkeit mit ausgezeichneter Produktleistung verbindet.

Mit einem organischen Umsatzwachstum von 4,7 Prozent erzielte der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege eine Steigerung, die deutlich über dem Wachstum der relevanten Märkte lag. Nominal stieg der Umsatz um 1,5 Prozent auf 3.016 Mio. Euro. Hier machten sich die Bereinigung des Portfolios um Randaktivitäten und negative Wechselkurseffekte bemerkbar. Das betriebliche Ergebnis wurde auf 376 Mio. Euro gesteigert. Bereinigt um Wechselkurseffekte lag es um 4,1 Prozent über dem Vorjahreswert, wobei darin zusätzlich 7 Mio. Euro Aufwendungen für die vormals zentrale Forschung enthalten waren. Im Haarkosmetikgeschäft konnten die Marktanteile ein weiteres Mal neue Höchststände erreichen, wozu insbesondere die gute Entwicklung der Top-Marken in den Segmenten Colorationen, Haarpflege und Styling sowie zahlreiche Innovationen beitrugen. Hier standen bei den Colorationen die erfolgreiche Einführung der Marke Coloriste, der Relaunch der Marke Brillance und die Serie Palette Permanent Natural im Vordergrund. In der Haarpflege konnten die Marke Gliss Kur und der umfassende Relaunch der Marke Schauma zu der sehr positiven Entwicklung beitragen. Im Bereich Styling ist die Marke Taft deutlicher Marktführer in Europa. Basis für die positive Entwicklung im Geschäftsfeld Körperpflege bildeten bei der Marke Fa die neuartige Serie Fa Reis Dry sowie der Relaunch des Fa Joghurt-Sortiments. Die Geschäfte der Marke Dial wurden mit neuen Linien und der Einführung der ersten Körperpflegeserie in den USA mit Joghurt-Proteinen vorangetrieben. Den größten Beitrag zum Hautpflegegeschäft leistete die Marke Dia-dermine mit ihren erfolgreichen Anti-Age-Innovationen. Die guten Ergebnisse im Mundpflegegeschäft wurden auf Basis der Kernmarke Theramed erzielt. Als Innovation wurde zudem Theramed 2in1 OxyWhite für extrem weiße Zähne und frischen Atem eingeführt. Im Frisörgeschäft Schwarzkopf Professional konnte erneut ein starkes Wachstum erzielt und die weltweite Marktposition weiter ausgebaut werden. Wesentliche Erfolgsfaktoren waren Innovationen wie Igora Absolutes und der weitere Rollout der Marke Blond Me.

Der Umsatz des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies wurde um 17,3 Prozent auf 6.700 Mio. Euro gesteigert, bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Wachstum 22,1 Prozent. Die Steigerung ist im Wesentlichen auf die Akquisition der National Starch-Geschäfte zurückzuführen. Organisch wurde der Umsatz um 1,3 Prozent gesteigert. Während die Entwicklung in den Wachstumsregionen erneut sehr positiv war, blieb der Umsatz in den reifen Märkten Westeuropa und Nordamerika als Folge der sich deutlich verschlechternden wirtschaftlichen Bedingungen unter den Vorjahreswerten. Das betriebliche Ergebnis stieg auf 658 Mio. Euro und lag damit um 6,0 Prozent über dem Vorjahreswert, bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Ergebniswachstum 10,8 Prozent. Darin enthalten sind 36 Mio. Euro Aufwendungen für die Integration der National Starch-Geschäfte sowie 10 Mio. Euro für die vormals zentrale Forschung. Zudem machte sich der deutliche Anstieg der Rohstoffpreise bemerkbar, der durch eigene Preiserhöhungen und Rezepturanpassungen nicht vollständig aufgefangen werden konnte. Im Geschäftsfeld Klebstoffe für Handwerker und Konsumenten konnte der Umsatz trotz schwieriger Marktbedingungen erneut leicht gesteigert werden. Wachstumstreiber waren vor allem die Montagekleber der internationalen Marke Pattex und Neueinführungen bei den Loctite-Sekundenklebern. Das Wachstum des Geschäftsfelds Bauklebstoffe hielt weiter an, wobei die größten Impulse wiederum aus den Regionen Osteuropa und Afrika/Nahost kamen. Das Geschäftsfeld Verpackungs-, Konsumgüter- und Konstruktionsklebstoffe wurde durch die Übernahme der National Starch-Geschäfte signifikant gestärkt. Insbesondere im Geschäft mit flexiblen Verpackungen unter der Marke Liofol sowie im Bereich der Klebstoffe für Konsumgüter konnte ein gutes Wachstum erzielt werden. Das Geschäftsfeld Spezialklebstoffe und Oberflächenbehandlung entwickelte sich uneinheitlich, insgesamt

aber marktbedingt leicht schwächer. Rückläufig war das Automobil-geschäft, wobei dieser Entwicklung mit gezielten Produktneueinführungen entgegen-gewirkt werden konnte. Im Geschäftsfeld Elektronik leistete die Übernahme der National Starch-Geschäfte einen deutlich positiven Beitrag. Allerdings machte sich hier, trotz einer positiven Entwicklung bei Produkten für die Montage von Elektronikbauteilen, die Kaufzurückhaltung der Konsumenten bei Elektronikprodukten bemerkbar.

Regionale Entwicklung In der Regionalbetrachtung war der Umsatzanstieg in allen Regionen durch die Akquisition der National Starch-Geschäfte positiv beeinflusst. In der Region Euro-pa/Afrika/Nahost konnte der Umsatz deutlich um 4,5 Prozent auf 8.863 Mio. Euro gesteigert werden. Das organische Wachstum erreichte gute 3,7 Prozent, wozu alle Unternehmensbereiche etwa gleichermaßen beitrugen. Dabei entwickelten sich Ost-europa und Afrika/Nahost mit einem deutlich zweistelligen Wachstum erneut über-durchschnittlich. In Westeuropa ging der Umsatz hingegen leicht zurück. Der Umsatzanteil dieser Region lag bei 63 Prozent. Dies ist vor allem auf den hier geringeren Umsatzanteil der National Starch-Geschäfte zurückzuführen. Der Umsatz in der Region Nordamerika wurde um 5,6 Prozent auf 2.700 Mio. Euro gesteigert. Der um Wechselkurseffekte bereinigte Umsatz stieg um 13,3 Prozent. Organisch, vor allem bereinigt um die National Starch-Geschäfte, ging der Umsatz leicht um 1,4 Prozent zurück. Hier litt der Unternehmensbereich Adhesive Technologies unter den sich in der zweiten Jahreshälfte deutlich verschlechternden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Die Unternehmensbereiche Wasch-/Reinigungsmittel und Kosmetik/Körper-pflege konnten den Umsatz dagegen in einem schwierigen Marktumfeld organisch weiter steigern. Der Umsatzanteil der Region lag bei 19 Prozent. Die Region Latein-amerika entwickelte sich weiter sehr erfreulich und wies einen Umsatzanstieg von 12,8 Prozent auf 780 Mio. Euro auf. Bereinigt um Wechselkurseffekte stieg der Umsatz der Region um 18,5 Prozent, organisch um 10,7 Prozent. Dazu trugen alle Unternehmensbereiche bei. Der Umsatzanteil der Region lag unverändert bei 5 Prozent. In der Region Asien/Pazifik stieg der Umsatz um 40,1 Prozent auf 1.545 Mio. Euro, bereinigt um Wechselkurseffekte um 47,0 Prozent. Dies war vor allem auf die akquirierten National Starch-Geschäfte zurückzuführen. Das organische Umsatz-wachstum lag bei 2,2 Prozent, wobei sich auch hier im zweiten Halbjahr vor allem im Unternehmensbereich Adhesive Technologies die Auswirkungen des nachlassenden Wirtschaftswachstums bemerkbar machten. Der Umsatzanteil der Region stieg aufgrund des hier hohen Anteils der National Starch-Geschäfte deutlich von 8 auf 11 Prozent. Die Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika, Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) wuchsen um 17,8 Prozent auf 5.167 Mio. Euro. Bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Wachstum 22,4 Prozent, das organische Wachstum erreichte starke 12,9 Prozent. Hierzu trugen alle Unternehmensbereiche bei. Der Umsatzanteil erhöhte sich damit weiter von 34 auf 37 Prozent.

Viertes Quartal 2008 Im vierten Quartal wurde der Umsatz um 11,1 Prozent auf 3.541 Mio. Euro gesteigert, bereinigt um Wechselkurseffekte um 10,8 Prozent. Der deutliche Anstieg ist insbesondere auf die Akquisition der National Starch-Geschäfte zurückzuführen. Organisch war der Umsatz um 1,2 Prozent rückläufig. Positive Preiseffekte in Höhe von 4,8 Prozent konnten den Volumrückgang von 6,0 Prozent nicht vollständig kompensieren. Während die Unternehmensbereiche Wasch-/Reinigungsmittel und Kosmetik/Körperpflege das organische Wachstum mit jeweils 5,4 Prozent und 3,3 Prozent stützten, zeigten sich im Unternehmensbereich Adhesive Technologies die ersten Auswirkungen der sich abschwächenden wirtschaftlichen Entwicklung. Der Umsatz ging hier organisch um 9,2 Prozent zurück. In den Wachstumsregionen konnten mit Ausnahme von Adhesive Technologies noch zweistellige Zuwachsraten erzielt werden. In den reifen Märkten dagegen war die Entwicklung rückläufig.

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) lag mit 155 Mio. Euro deutlich unter

dem Niveau des Vorjahres. Dieser Rückgang ist vor allem auf die im Zusammenhang mit dem weltweiten Effizienzsteigerungsprogramm und der Integration der National Starch-Geschäfte angefallenen Restrukturierungsaufwendungen zurückzuführen. Diese lagen, einschließlich der normalen Restrukturierungsaufwendungen, bei insgesamt 220 Mio. Euro nach 2 Mio. Euro im Vergleichsquarter des Vorjahres. Das betriebliche Ergebnis, bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen ("bereinigter EBIT"), stieg dagegen um 16,6 Prozent von 325 Mio. Euro auf 379 Mio. Euro. Hierbei wirkten sich die realisierten Einsparungen aus dem globalen Programm zur Effizienzsteigerung und der Integration der National Starch-Geschäfte sowie zusätzliche Kosteninitiativen im vierten Quartal positiv aus. In diesem Wert sind weiterhin 35 Mio. Euro Abschreibungen aus der Kaufpreisallokation enthalten. Der bereinigte EBIT vor Kaufpreisallokation betrug 414 Mio. Euro. Die EBIT-Marge lag bei 4,4 Prozent, wobei die bereinigte EBIT-Marge von 10,2 Prozent im Vorjahresquarter auf 10,7 Prozent anstieg; vor Abschreibungen aus der Kaufpreisallokation betrug sie 11,7 Prozent.

Der Quartalsüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter stieg um 619 Mio. Euro auf 863 Mio. Euro, das Ergebnis je Vorzugsaktie um 1,43 Euro auf 2,00 Euro. Hier machte sich insbesondere der Gewinn aus der Veräußerung der Ecolab-Beteiligung bemerkbar. Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie blieb konstant bei 0,57 Euro, vor Kaufpreisallokation lag es bei 0,64 Euro.

Wesentliche Beteiligung Im November 2008 hatte Henkel seine 29,3-prozentige Beteiligung an Ecolab Inc., St. Paul, Minnesota, USA, erfolgreich an der Börse platziert. Der Veräußerungserlös betrug rund 1,7 Mrd. Euro.

Umsatz- und Ergebnisprognose 2009 Henkel erwartet, dass die derzeit in der Realwirtschaft und auf den Finanzmärkten vorherrschenden schwierigen Marktbedingungen auch im weiteren Verlauf des Jahres 2009 Bestand haben werden. Die gesamtwirtschaftliche Situation und die weitere Entwicklung sind nur schwer einschätzbar. Dennoch ist Henkel zuversichtlich, sich beim organischen Umsatzwachstum, also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments wieder besser als seine Märkte entwickeln zu können. Im operativen Bereich wurde bereits eine Reihe von Maßnahmen eingeleitet, von denen Henkel im Jahresverlauf positive Impulse erwartet. Diese Maßnahmen sowie die Entspannung bei den Rohstoffpreisen werden die Entwicklung des betrieblichen Ergebnisses (EBIT) und des Ergebnisses je Vorzugsaktie (EPS) - jeweils bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen - stützen. Sobald für die Märkte von Henkel tragfähige Annahmen vorliegen, wird Henkel quantifizierte Aussagen kommunizieren.

\* Vor Kaufpreisallokation

Fotomaterial zum Download ist verfügbar unter <http://henkel.de/presse>. Weitere Detailangaben zu den Zahlen des Geschäftsjahres 2008 finden Sie im Internet unter: <http://www.henkel.de/ir>

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.

Presse-Kontakt:

Lars Witteck  
Wulf Klüppelholz  
Telefon: +49-211-797-2606  
Telefon: +49-211-797-1875  
Telefax: +49-211-798-9208  
press@henkel.com

Henkel AG & Co. KGaA  
Leiter Unternehmenskommunikation:  
Ernst Primosch, Corporate Vice President

Rückfragehinweis:

Irene Honisch  
Assistant Corporate Communications  
Tel. +49 211 5668

Branche: Konsumgüter  
ISIN: DE0006048432  
WKN: 604843  
Index: DAX, CDAX, HDAX, Prime All Share  
Börsen: Börse Frankfurt / Regulierter Markt/Prime Standard  
Börse Hamburg / Freiverkehr  
Börse Stuttgart / Freiverkehr  
Börse Düsseldorf / Freiverkehr  
Börse Hannover / Freiverkehr  
Börse München / Freiverkehr  
Börse Berlin / Regulierter Markt

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100015076/100578230> abgerufen werden.