



05.05.2010 - 07:39 Uhr

EANS-News: Henkel AG & Co. KGaA / Henkel mit gutem Start ins Geschäftsjahr

Düsseldorf (euro adhoc) -

Deutliche Steigerung von Umsatz und Ergebnis im ersten Quartal

Corporate News übermittelt durch euro adhoc. Für den Inhalt ist der Emittent/Meldungsgeber verantwortlich.

Analysten/Forschung/Entwicklung/Geschäftsberichte/Geschäftszahlen/Bilanz/Gewinne/Neue Produkte/Quartalsbericht/Unternehmen/3-Monatsbericht/Ebit, Geschäftsjahr, Finanzen, Zahlen, Entwicklung

Utl.: Deutliche Steigerung von Umsatz und Ergebnis im ersten Quartal

Umsatzsteigerung von 7,8 Prozent auf 3.512 Mio. Euro

Organisches Umsatzwachstum von 8,8 Prozent
Bereinigtes betriebliches Ergebnis: plus 79,1 Prozent auf 421 Mio. Euro
Bereinigte EBIT-Marge: plus 4,8 Prozentpunkte auf 12,0 Prozent
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): plus 93,5 Prozent

"Henkel ist gut in das neue Geschäftsjahr gestartet. Dazu haben alle Unternehmensbereiche einen Beitrag geleistet. Die Bereiche Wasch-/Reinigungsmittel und Kosmetik/Körperpflege haben die erfolgreiche Entwicklung der Vorquartale in einem weiterhin herausfordernden Umfeld fortgesetzt", erklärt Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands von Henkel. "Der Bereich Adhesive Technologies hat zu alter Wachstumsstärke zurückgefunden." Rorsted weiter: "Einen wesentlichen Beitrag zu dem guten Ergebnis von Henkel im ersten Quartal haben erneut unsere starken Marken geleistet. In der sehr positiven Entwicklung spiegeln sich aber auch unsere Maßnahmen zu Struktur Anpassungen und Kostensenkungen sowie die guten Fortschritte bei der Umsetzung unserer strategischen Prioritäten wider. Daher gehen wir davon aus, unsere Ergebnisse im Vergleich zum Vorjahr spürbar um mehr als 15 Prozent verbessern zu können."

Im ersten Quartal 2010 erzielte Henkel einen Umsatz von 3.512 Mio. Euro. In einem sich erholenden Marktumfeld lag der Umsatz damit um 7,8 Prozent über dem Wert des Vorjahresquartals. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 7,5 Prozent. Organisch, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, konnte mit plus 8,8 Prozent erstmals seit vier Quartalen wieder eine deutliche Steigerung gegenüber dem Vorjahresquartal erzielt werden. Zu dieser sehr guten Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei: Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel entwickelte sich mit einem organischen Wachstum von 3,6 Prozent weiterhin sehr positiv. Mit einer organischen Umsatzsteigerung von 5,5 Prozent übertraf der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege das hohe Niveau der Vorquartale und das Marktwachstum deutlich. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies erzielte vor dem Hintergrund eines krisenbedingt schwachen Vorjahresquartals sogar ein zweistelliges organisches Wachstum von 14,5 Prozent.

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg, vor allem aufgrund der deutlichen Verbesserung im Unternehmensbereich Adhesive Technologies, um 93,3 Prozent von 218 Mio. Euro auf 422 Mio. Euro. Bereinigt um Restrukturierungsaufwendungen (31 Mio. Euro) und einmalige Erträge (32 Mio. Euro) verbesserte sich das bereinigte betriebliche Ergebnis um 79,1 Prozent von 235 Mio. Euro auf 421 Mio.

Euro.

Die Umsatzrendite (EBIT-Marge) konnte deutlich von 6,7 auf 12,0 Prozent gesteigert werden. Die bereinigte Umsatzrendite erhöhte sich von 7,2 Prozent auf ebenfalls 12,0 Prozent.

Das Finanzergebnis reduzierte sich leicht von -52 Mio. Euro auf -54 Mio. Euro. Der positive Effekt aus einer gesunkenen Nettoverschuldung wurde dabei von höheren gezahlten Zinsen überkompensiert. Die Steuerquote lag mit 27,7 Prozent leicht über dem Niveau des Vorjahres.

Der Quartalsüberschuss verbesserte sich aufgrund des gestiegenen EBIT um 119,8 Prozent von 121 Mio. Euro auf 266 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 7 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 259 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 117 Mio. Euro). Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 258 Mio. Euro gegenüber 130 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) erhöhte sich von 0,28 Euro auf 0,60 Euro. Bereinigt lag es ebenfalls bei 0,60 Euro gegenüber 0,31 Euro im Vorjahresquartal.

Gute Fortschritte konnten auch beim Management des Netto-Umlaufvermögens erzielt werden. Im Vergleich zum Vorjahr wurde das Verhältnis von Netto-Umlaufvermögen zum Umsatz um 4,7 Prozentpunkte auf 8,5 Prozent verbessert.

Die Nettoverschuldung wurde gegenüber dem Vorjahresquartal deutlich um 1,4 Mrd. Euro auf 2,7 Mrd. Euro reduziert.

Entwicklung der Unternehmensbereiche

Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel konnte den Umsatz im ersten Quartal 2010 um 3,5 Prozent auf 1.049 Mio. Euro steigern. Organisch lag das Umsatzwachstum bei 3,6 Prozent. Zu dieser erfreulichen Umsatzsteigerung trugen nicht nur die Wachstumsmärkte, sondern in hohem Maß auch die reifen Märkte Westeuropas und Nordamerika bei. Die organische Umsatzverbesserung war dabei ausschließlich mengengetrieben. Das betriebliche Ergebnis konnte deutlich stärker als der Umsatz um 41,2 Prozent auf 151 Mio. Euro gesteigert werden. Hierin enthalten sind Erlöse aus dem Verkauf von Lizenzrechten in Höhe von 15 Mio. Euro. Daneben trugen erneut erfolgreiche Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung maßgeblich zu der Ergebnisverbesserung bei. Die Umsatzrendite konnte im Vergleich zum Vorjahresquartal deutlich um 3,8 Prozentpunkte auf 14,4 Prozent erhöht werden. Im Geschäftsbereich Waschmittel wurde die positive Umsatzentwicklung von den Wachstumsregionen Afrika/Nahost und Lateinamerika sowie auch von Westeuropa getragen. Positiv machten sich dabei erfolgreiche Innovationen bemerkbar. So führten wir in einigen westeuropäischen Ländern den Persil Hygiene Spüler ein. In Osteuropa brachten wir Persil Gold Plus Cold Active auf den Markt. Mit diesem neuen Produkt wird beim Waschen weniger Energie benötigt. Der Geschäftsbereich Reinigungsmittel trug überproportional zum Umsatzanstieg bei. Regional konnten in fast allen Regionen Wachstumsimpulse verzeichnet werden, insbesondere in Afrika/Nahost, Asien und Nordamerika. In Nordamerika stand die Einführung von Produkten zur sanften Oberflächenreinigung in Bad und Küche unter der Marke Soft Scrub im Mittelpunkt. Sie erleichtern und beschleunigen die Reinigung aller Oberflächen und sind zur Beseitigung vielfältiger Verunreinigungen einsetzbar.

Der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege setzte seinen erfolgreichen Wachstumspfad im ersten Quartal 2010 ungebrochen fort. In einem anhaltend wettbewerbsintensiven Marktumfeld konnte das organische Umsatzwachstum sogar gegenüber hohen Vorjahreswerten auf 5,5 Prozent stark gesteigert werden. Mit durchgängig zweistelligen Steigerungsraten erzielten die Wachstumsregionen Asien/Pazifik, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Osteuropa ein exzellentes Ergebnis, aber auch die reifen Märkte in Westeuropa trugen erheblich zum Wachstum bei. Die sehr gute Umsatzentwicklung wurde von der

konsequenter Fortführung der Innovationsoffensive mit zahlreichen Produktneueinführungen getragen. Erneut konnte das betriebliche Ergebnis um 10,1 Prozent deutlich stärker als der Umsatz gesteigert werden und erreichte erstmals in einem ersten Quartal 100 Mio. Euro. Die Umsatzrendite verbesserte sich um 0,5 Prozentpunkte auf 13,1 Prozent. Der Bereich Haarkosmetik verzeichnete eine außergewöhnlich positive Entwicklung. In allen Segmenten konnten Marktanteile ausgebaut und Rekordwerte erreicht werden. Das Haarpflegeschäft entwickelte sich durch den Relaunch der Serie Schauma Volumen mit Push-Up-Effekt sowie die neue Linie Gliss Shea Cashmere hervorragend. Im Colorationsgeschäft lag der Fokus auf der Einführung der Syoss Colorlinie sowie dem weiteren erfolgreichen Ausbau von Essential Colors. Im Stylingsegment trug die Einführung der Linie Taft Volumen für strapaziertes Haar zu der positiven Entwicklung bei. Im Bereich Körperpflege standen weltweit zahlreiche Neueinführungen bei den Kernmarken Fa und Dial im Mittelpunkt. In Europa wurde die Marke Fa um die neue Deo-Linie Active Pearls sowie die Duschgel-Linie Joghurt Smoothies erweitert. In den USA konnten durch die Einführung von NutriSkin unter der Marke Dial weitere Wachstumsimpulse verzeichnet werden. Im Hautpflegegeschäft stand der Ausbau der Anti-Age-Linie Diadermine Lift+ im Vordergrund. Im Mundpflegegeschäft wurde die erfolgreiche Linie Theramed 2in1 mit der Einführung der neuen Frische-Variante 16h Xtra Fresh verstärkt. Im Friseurgeschäft erzielte Schwarzkopf Professional im ersten Quartal wieder ein gutes Wachstum und baute die Marktanteile in einem weiterhin schwierigen Marktumfeld aus. Wesentlicher Wachstumsmotor waren leistungsstarke Innovationen in der Kategorie Farbe.

Der Umsatz des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies übertraf das durch schwierige Marktentwicklungen geprägte erste Quartal 2009 um 12,4 Prozent und stieg auf 1.651 Mio. Euro. Organisch erhöhte sich der Umsatz sogar um 14,5 Prozent. Dabei wurde das organische Wachstum von signifikanten Mengensteigerungen getragen. Zu dieser außergewöhnlich hohen Umsatzsteigerung leisteten alle Geschäftsfelder und Regionen einen Beitrag, wobei die Wachstumsregionen Asien/ Pazifik, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Osteuropa sich erneut überdurchschnittlich entwickelten. Aber auch in den reifen Märkten Westeuropa und Nordamerika konnte der Umsatz deutlich erhöht werden. Das betriebliche Ergebnis konnte signifikant verbessert werden. Im Vergleich zum Vorjahresquartal vervierfachte es sich nahezu und lag bei 185 Mio. Euro. Basis für die sehr starke Verbesserung waren die ergebnisoptimierenden Maßnahmen im abgelaufenen Geschäftsjahr. Die Umsatzrendite stieg deutlich um 8 Prozentpunkte auf 11,2 Prozent. Das Geschäftsfeld Klebstoffe für Handwerker, Konsumenten und Bau verzeichnete, bereinigt um die Veräußerung des Geschäfts mit Klebebändern in Nordamerika, erneut Wachstum. Dazu trugen alle Segmente bei. Vor allem in Nordamerika und Afrika/Nahost konnten im Vergleich zum Vorjahresquartal deutliche Zuwächse verzeichnet werden. Im Geschäftsfeld Transport und Metall konnte nach marktbedingt deutlichen Rückgängen im Vorjahr im abgelaufenen Quartal eine signifikante Umsatzsteigerung erzielt werden. Das Geschäft mit Kunden der Metallindustrie und insbesondere das Geschäft mit der Automobilindustrie lagen deutlich über den Werten des ersten Quartals 2009. Auch im Geschäftsfeld Allgemeine Industrie zeigte sich im Vergleich zum Vorjahresquartal eine Verbesserung, wobei die höchsten Wachstumsraten in Nordamerika, Asien/ Pazifik sowie in Afrika/Nahost erzielt wurden. Im Geschäftsfeld Verpackungs-, Konsumgüter- und Konstruktionsklebstoffe konnten ebenfalls Zuwächse erzielt werden. Dabei lagen die Umsätze in den Regionen Asien/Pazifik und Afrika/Nahost deutlich über den Werten des ersten Quartals 2009. Das stärkste Wachstum wurde im Geschäftsfeld Elektronik erreicht. Hier konnten nicht nur in allen Wachstumsregionen die Werte des Vorjahresquartals deutlich übertroffen werden, auch in Westeuropa und Nordamerika zeigte sich eine hervorragende Entwicklung.

Regionale Entwicklung

In der Region Europa/Afrika/Nahost verbesserte sich der Umsatz

gegenüber dem ersten Quartal 2009 organisch um 6,0 Prozent und lag bei 2.139 Mio. Euro. Zu dem Wachstum trugen alle Unternehmensbereiche bei. In Afrika/Nahost wurde erneut ein zweistelliges organisches Wachstum erzielt, während die Entwicklung in Osteuropa weiterhin im positiven einstelligen Bereich lag. Westeuropa, einschließlich Deutschland, zeigte nach einem organischen Umsatzrückgang im vierten Quartal 2009 wieder ein Wachstum im mittleren einstelligen Bereich. Der Umsatzanteil der Gesamtregion blieb unverändert bei 61 Prozent. Nach einem rückläufigen vierten Quartal 2009 wuchs der Umsatz in der Region Nordamerika organisch um 7,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal und lag bei 645 Mio. Euro. Besonders erfreulich entwickelten sich die Umsätze in den Unternehmensbereichen Wasch-/Reinigungsmittel und Adhesive Technologies. Der Umsatzanteil der Region ging leicht zurück und lag bei 18 Prozent. In der Region Lateinamerika setzte sich die erfolgreiche Entwicklung weiter fort. Hier konnte ein organisches Umsatzwachstum von 10,6 Prozent auf 216 Mio. Euro erzielt werden. Hierzu trugen alle Unternehmensbereiche bei. Mit 6 Prozent blieb der Umsatzanteil der Region konstant. In der Region Asien/Pazifik erholte sich der Umsatz im Vergleich zum vierten Quartal 2009 weiter und wuchs im Vergleich zum Vorjahresquartal organisch um 27,6 Prozent auf 462 Mio. Euro. Starke Umsatzsteigerungen in den Unternehmensbereichen Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege stand eine Stagnation im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel gegenüber. Der Umsatzanteil stieg auf 13 Prozent. In den Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) konnte der Umsatz um 17,2 Prozent auf 1.339 Mio. Euro gesteigert werden. Das organische Wachstum lag im Vergleich zum Vorjahresquartal bei 14,2 Prozent und verbesserte sich damit weiter gegenüber dem vierten Quartal 2009. Hierzu trugen alle Unternehmensbereiche bei, insbesondere Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege mit zweistelligen organischen Wachstumsraten. Der Umsatzanteil der Wachstumsregionen erhöhte sich von 35 auf 38 Prozent.

Umsatz- und Ergebnisprognose 2010

Nach Einschätzung von Henkel sind die insgesamt in der Realwirtschaft und auf den Finanzmärkten vorherrschenden leicht positiven Marktbedingungen weiterhin fragil. Bei den Prognosen für das laufende Jahr geht Henkel von einem Wachstum der Weltwirtschaft von etwa 3 Prozent aus, wobei aber noch kein anhaltender Aufschwung erwartet wird.

Henkel ist zuversichtlich, sich beim organischen Umsatzwachstum wieder besser als seine relevanten Märkte entwickeln zu können. Im operativen Bereich wurde bereits eine Reihe von Maßnahmen eingeleitet, von denen sich Henkel weitere positive Impulse verspricht. So erwartet Henkel weitere Ergebnisbeiträge durch die Synergien aus der Integration der National Starch-Geschäfte und strikte Kostendisziplin. All diese Faktoren werden die Entwicklung des bereinigten betrieblichen Ergebnisses und des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie (EPS) positiv beeinflussen. Nach dem sehr erfolgreichen Start in das Geschäftsjahr erwartet Henkel für beide Kennzahlen eine spürbare Verbesserung von mehr als 15 Prozent gegenüber den Werten im Jahr 2009.

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: +49-211-798-4040

Fotomaterial zum Download ist verfügbar unter <http://henkel.de/presse>. Weitere Detailangaben zu den Zahlen des 1. Quartals 2010 finden Sie im Internet unter: <http://www.henkel.de/ir>

press@henkel.com

Rückfragehinweis:

Irene Honisch
Assistent Corporate Communications
Tel.: +49 (0)211 797-5668
E-Mail: irene.honisch@henkel.com

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100015076/100602861> abgerufen werden.