



04.08.2010 - 07:34 Uhr

EANS-News: Henkel AG & Co. KGaA /

Düsseldorf (euro adhoc) -

Umsatz- und Ergebnisprognose für das Geschäftsjahr 2010 erneut angehoben

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

Aktienbewegung/Analysten/Geschäftsberichte/Geschäftszahlen/Bilanz/Gewinne/Gewinnprognose/Neue Produkte/Quartalsbericht/Unternehmen

Utl.: Umsatz- und Ergebnisprognose für das Geschäftsjahr 2010 erneut angehoben

Düsseldorf, 4. August 2010

Umsatz- und Ergebnisprognose für das Geschäftsjahr 2010 erneut angehoben

Henkel mit deutlicher Steigerung von Umsatz und Ergebnis im zweiten Quartal

Umsatzsteigerung von 11,6 Prozent auf 3.890 Mio. Euro

Organisches Umsatzwachstum von 6,8 Prozent

Umsatzanteil Wachstumsregionen: plus 3 Prozentpunkte auf 41 Prozent

Bereinigtes betriebliches Ergebnis: plus 54,5 Prozent auf 476 Mio. Euro

Bereinigte EBIT-Marge: plus 3,5 Prozentpunkte auf 12,2 Prozent

Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): plus 97,1 Prozent auf 0,73 Euro

"Nach dem sehr guten Start in das Geschäftsjahr 2010 hat sich die erfolgreiche Entwicklung unserer Geschäfte auch im zweiten Quartal fortgesetzt. Dazu haben

insbesondere die Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege beigetragen. In den Wachstumsregionen konnten wir den Umsatzanteil auf 41 Prozent steigern", erklärt Kasper Rorsted, Vorsitzender des

Vorstands von Henkel. "Die exzellente Entwicklung im zweiten Quartal wurde wieder maßgeblich vom Wachstum unserer starken Marken sowie erfolgreichen Innovationen getragen. Aber auch der kontinuierliche Fokus auf effizientere Strukturen und striktes Kostenmanagement sowie die Fortschritte bei der Umsetzung unserer strategischen Prioritäten haben einen wichtigen Beitrag zu der sehr guten Entwicklung geleistet. Wir gehen nun für das Gesamtjahr davon aus, unsere Ergebnisse im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 25 Prozent verbessern zu können."

Im zweiten Quartal 2010 erzielte Henkel einen Umsatz von 3.890 Mio. Euro. In einem sich stabilisierenden Marktumfeld lag der Umsatz um 11,6 Prozent über dem Wert des Vorjahresquartals. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 6,0 Prozent. Organisch, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, konnte nach dem starken Umsatzwachstum im ersten Quartal 2010 mit plus 6,8 Prozent erneut eine deutliche Steigerung gegenüber dem Vorjahresquartal erzielt werden. Zu dieser positiven Entwicklung trugen die Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege bei. Mit einem organischen Wachstum von 13,6 Prozent konnte der Unternehmensbereich Adhesive Technologies erneut zweistellig wachsen. Der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege übertraf mit einer

organischen Wachstumsrate von 5,0 Prozent das Marktwachstum wieder deutlich. Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel zeigte ein positives Mengenwachstum, verzeichnete aber aufgrund des verschärften Promotions- und Preiswettbewerbs eine rückläufige organische Umsatzentwicklung von minus 1,5 Prozent.

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg, vor allem aufgrund der deutlichen Verbesserung im Unternehmensbereich Adhesive Technologies, um 51,2 Prozent von 279 Mio. Euro auf 421 Mio. Euro. Bereinigt um einmalige Aufwendungen (9 Mio. Euro) und Erträge (1 Mio. Euro) sowie Restrukturierungsaufwendungen (47 Mio. Euro) verbesserte sich das bereinigte betriebliche Ergebnis um 54,5 Prozent von 308 Mio. Euro auf 476 Mio. Euro.

Die Umsatzrendite (EBIT-Marge) konnte deutlich von 8,0 auf 10,8 Prozent gesteigert werden. Die bereinigte Umsatzrendite erhöhte sich sogar von 8,7 Prozent auf 12,2 Prozent.

Das Finanzergebnis verbesserte sich von -60 Mio. Euro auf -35 Mio. Euro. Dies ist auf die niedrigere Nettoverschuldung sowie ein erhöhtes Ergebnis aus Währungskurssicherungen zurückzuführen. Die Steuerquote betrug 27,5 Prozent.

Der Quartalsüberschuss verbesserte sich aufgrund des gestiegenen EBIT um 86,7 Prozent von 150 Mio. Euro auf 280 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 7 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 273 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 143 Mio. Euro). Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 315 Mio. Euro gegenüber 162 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) erhöhte sich stark von 0,33 Euro auf 0,63 Euro. Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie verdoppelte sich nahezu und lag bei 0,73 Euro gegenüber 0,37 Euro im Vorjahresquartal.

Gute Fortschritte konnten auch beim Management des Netto-Umlaufvermögens erzielt werden. Im Vergleich zur Vorjahresperiode wurde das Verhältnis von Netto-Umlaufvermögen zum Umsatz um 3,0 Prozentpunkte auf 8,7 Prozent verbessert.

Entwicklung der Unternehmensbereiche

Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel konnte den Umsatz im zweiten Quartal 2010 um 2,7 Prozent auf 1.086 Mio. Euro steigern. Wechselkurseffekte hatten einen positiven Einfluss von 4,6 Prozent. Der starke Promotions- und Preiswettbewerb führte zu einem Rückgang der Preise von 4,7 Prozent. Trotz eines deutlichen Mengenwachstums von 3,2 Prozent ging daher der organische Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 1,5 Prozent zurück. Das höchste organische Wachstum wurde in der Region Afrika/Nahost verzeichnet. In Nordamerika sank der Umsatz aufgrund des starken Wettbewerbsdrucks, in allen anderen Regionen konnte trotz meist rückläufiger Märkte das Umsatzniveau des Vorjahres behauptet und damit Marktanteile verteidigt oder ausgebaut werden. Das betriebliche Ergebnis wurde um 15,4 Prozent auf 137 Mio. Euro deutlich gesteigert. Dabei ist es gelungen, die gestiegenen Materialpreise durch weitere Kosteneinsparungen in Einkauf und Produktion zu kompensieren. Die Umsatzrendite konnte im Vergleich zum Vorjahresquartal um 1,4 Prozentpunkte auf 12,6 Prozent erhöht werden. Im Geschäftsbereich Waschmittel profitierte der Umsatz von erfolgreichen Innovationen. So wurde in Osteuropa Persil Gold mit "Frischeperlen" von Silan eingeführt, das hervorragende Schmutzentfernung mit

frischem Duft verbindet. In Spanien wurde unter der Marke Neutrex der innovative Fleckenentferner Transpirex auf den Markt gebracht. Auch im Geschäftsbereich Reinigungsmittel wurden leistungsstarke Innovationen eingeführt. In Osteuropa wurde unter der Marke Pur ein neues Handgeschirrspülmittel auf den Markt gebracht, das dank der extra starken Pur

MAX Gel Formel sogar hartnäckigsten Schmutz bei geringer Dosierung

entfernt. In West- und Osteuropa wurde Bref Power Active eingeführt, ein WC-Spüler mit vier aktiven Komponenten - Reinigungsschaum, eine Anti-Kalk Formulierung, ein Schmutz-Protector, der die Wiederanschmutzung verhindert, sowie extra Frische.

Der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege erzielte trotz hoher Vorjahreswerte ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum von 5,0 Prozent und erreichte 865 Mio. Euro. Damit lag das Wachstum erneut deutlich über dem der relevanten Märkte und der sehr erfolgreiche Trend der vergangenen Quartale wurde fortgesetzt. Das Wachstum ist dabei vor allem auf die konsequente Fortführung der Innovationsoffensive zurückzuführen. In Europa wurden erneut Rekordmarktanteile erreicht. Zu der anhaltend guten Entwicklung trugen insbesondere die Wachstumsregionen Asien (ohne Japan), Afrika/Nahost, Lateinamerika und Osteuropa bei, wo erneut zweistellige Wachstumsraten erreicht werden konnten. Während in Nordamerika eine leicht rückläufige Entwicklung beobachtet wurde, konnte in Westeuropa erneut ein deutlicher Umsatzanstieg verzeichnet werden. Hervorzuheben ist insbesondere das starke Umsatzplus in Deutschland. Das betriebliche Ergebnis stieg mit deutlich höheren Werbeinvestitionen um 12,4 Prozent auf 112 Mio. Euro. Die Umsatzrendite verbesserte sich um 0,3 Prozentpunkte und erreichte mit 13,0 Prozent einen neuen Höchststand für ein zweites Quartal. Der Bereich Haarkosmetik entwickelte sich weiter sehr positiv. In allen Segmenten konnten die Marktanteile ausgebaut und Rekordwerte erreicht werden. Das Haarpflegegeschäft profitierte von der Einführung der Schauma-Linie Intensiv Anti-Schuppen sowie der Syoss Moisture- Feuchtigkeitsserie. Im Colorationsgeschäft lag der Fokus auf dem weiteren erfolgreichen Rollout der Syoss-Colorlinie sowie der Einführung von Palette Intensive Color Creme Gelée Royale und Diadem Gelée Royale. Im Stylingsegment trugen neue Produkte von Got2b und Taft Power & Touch zu der positiven Entwicklung bei. In der Körperpflege konnte neben der erfolgreichen Neueinführung Fa 3D Protect und dem Relaunch von Dial4Men mit der innovativen Männer-Hochleistungs-Deo-Marke Right Guard in West- und Osteuropa ein weiterer wichtiger Wachstumsimpuls gesetzt werden. Im Hautpflegegeschäft stand der Relaunch der Diadermine-Linie Reactivance für reife Haut im Vordergrund. Im Mundpflegegeschäft lag der Fokus auf dem Relaunch der erfolgreichen Theramed 2in1-Serie. Im Friseurgeschäft wurde auch im zweiten Quartal ein gutes Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahresquartal erzielt. Damit gelang es, in einem anhaltend schwierigen Marktumfeld die Marktanteile weiter auszubauen. Dabei standen die erfolgreichen Relaunches der Styling-Marke OSiS und der segmentübergreifenden Marke Essensity im Mittelpunkt.

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies konnte die außerordentlich positive Entwicklung des ersten Quartals auch im zweiten Quartal fortsetzen. Der Umsatz übertraf das Vorjahresquartal deutlich um 19,5 Prozent und erreichte 1.890 Mio. Euro. Organisch stieg der Umsatz um 13,6 Prozent. Das Wachstum war insbesondere auf Mengensteigerungen zurückzuführen, die leichte Preisrückgänge überkompensiert haben. Alle Geschäftsfelder und Regionen unterstützten die positive Entwicklung. Die Wachstumsregionen Asien (ohne Japan), Afrika/Nahost, Lateinamerika und Osteuropa zeigten weiterhin eine überdurchschnittliche Umsatzsteigerung. Aber auch in den reifen Märkten Westeuropa und Nordamerika

konnte ein sehr zufriedenstellendes zweistelliges Wachstum erzielt werden. Das betriebliche Ergebnis und die Umsatzrendite zeigten trotz Materialpreissteigerungen erfreuliche Entwicklungen und spiegeln sowohl die

bessere Absatzentwicklung als auch die verbesserte Kostenstruktur wider. So konnte das betriebliche Ergebnis im Vergleich zum Vorjahresquartal mehr als verdoppelt werden und betrug 222 Mio. Euro, das bereinigte betriebliche Ergebnis lag bei 255 Mio.

Euro. Die Umsatzrendite wurde im Vergleich zum Vorjahr signifikant um 5,8 Prozentpunkte auf 11,8 Prozent gesteigert, die bereinigte Umsatzrendite erhöhte sich sogar um 6,3 Prozentpunkte auf einen neuen Höchststand von 13,5 Prozent. Das Geschäftsfeld Klebstoffe für Handwerker, Konsumenten und Bau entwickelte sich in allen Regionen weiterhin erfreulich. Dabei trugen sowohl das Geschäft mit Handwerkern und Konsumenten als auch das mit der Bauindustrie zu dem Wachstum bei. Im Vergleich zum marktbedingt schwächeren Vorjahresquartal wurde im Geschäftsfeld Transport und Metall das stärkste Umsatzwachstum im Unternehmensbereich Adhesive Technologies verzeichnet. Alle Regionen trugen zu dem teilweise deutlich zweistelligen Umsatzwachstum bei. Auch im Geschäftsfeld Allgemeine Industrie lagen die Umsätze deutlich über den Werten des Vorjahresquartals. Insbesondere die Regionen Asien/Pazifik, Nordamerika sowie Lateinamerika entwickelten sich überdurchschnittlich, aber auch in der Region Europa/Afrika/Nahost konnten

zweistellige Wachstumsraten erzielt werden. Im Geschäftsfeld Verpackungs-, Konsumgüter- und Konstruktionsklebstoffe wurden im Vergleich zum Vorjahresquartal Zuwächse erzielt. Besonders positiv entwickelte sich das

Geschäft mit Kaschierklebstoffen unter der Marke Liofol. Die signifikante Verbesserung im Geschäftsfeld Elektronik konnte fortgesetzt werden. Vor allem in Westeuropa, Nord- und Lateinamerika konnte gegenüber dem Vorjahresquartal eine deutliche Steigerung erzielt werden. Die Innovationskraft in diesem Geschäftsfeld wurde mit gleich zwei Auszeichnungen für Produktneuentwicklungen unter den Marken Loctite und Hysol auf der weltweit wichtigsten Messe für die Leiterplatten- und Elektronikbaugruppen-Industrie in Las Vegas gewürdigt.

Regionale Entwicklung

In der Region Europa/Afrika/Nahost verbesserte sich der Umsatz gegenüber dem zweiten Quartal 2009 organisch um 6,3 Prozent und lag bei 2.307 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 wie im ersten Quartal 2010 ein organisches Wachstum im mittleren einstelligen Bereich. Der Umsatz in der Region Nordamerika stieg im Vergleich zum Vorjahresquartal organisch um 1,9 Prozent und lag bei 714 Mio. Euro. Besonders erfreulich entwickelte sich der Umsatz im

Unternehmensbereich Adhesive Technologies, wohingegen die Umsätze in den Unternehmensbereichen Wasch-/Reinigungsmittel und Kosmetik/Körperpflege rückläufig waren. In der Region Lateinamerika setzte sich die erfolgreiche Entwicklung weiter fort. Hier konnte ein organisches Umsatzwachstum von 12,3 Prozent auf 259 Mio. Euro erzielt werden. Hierzu trugen alle Unternehmensbereiche bei. In der Region Asien/Pazifik erholte sich der Umsatz weiter und wuchs im Vergleich zum Vorjahresquartal organisch um 16,0 Prozent auf 560 Mio. Euro. Erfreuliche Umsatzsteigerungen wurden dabei in den

Unternehmensbereichen Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege erzielt. In den Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) konnte der Umsatz um 21,4 Prozent auf 1.598 Mio. Euro gesteigert

werden. Das organische Wachstum lag im Vergleich zum Vorjahresquartal bei 11,6 Prozent und damit weiterhin im zweistelligen Bereich. Hierzu trugen alle Unternehmensbereiche bei, insbesondere aber Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege. Der Umsatzanteil der Wachstumsregionen erhöhte sich von 38 auf 41 Prozent.

Umsatz- und Ergebnisprognose 2010

Bei den Prognosen für das laufende Jahr geht Henkel von einem Wachstum der

Weltwirtschaft von etwa 3,5 Prozent aus.

Henkel ist zuversichtlich, sich beim organischen Umsatzwachstum wieder besser als seine relevanten Märkte entwickeln zu können. Im operativen Bereich wurden eine Reihe von Maßnahmen eingeleitet und umgesetzt, von denen sich Henkel weitere positive Impulse verspricht. So erwartet Henkel weitere Ergebnisbeiträge durch die Synergien aus der Integration der National Starch-

Geschäfte und durch strikte Kostendisziplin. Diese Faktoren werden neben der erwarteten Umsatzsteigerung die Entwicklung des bereinigten betrieblichen Ergebnisses und des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie (EPS) positiv beeinflussen. Für beide Kennzahlen erwartet Henkel eine deutliche Verbesserung von mehr als 25 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

Tel. +49 211 797 - 2606 Tel. +49 211 797 - 1875

Fax +49 211 798 - 4040 Fax +49 211 798 - 4040

Henkel AG & Co. KGaA

Fotomaterial zum Download ist verfügbar unter
<http://www.henkel.de/presse>. Weitere Detailangaben zu den Zahlen des 2. Quartals 2010 finden Sie im Internet unter:
<http://www.henkel.de/ir>

press@henkel.com

[pic]

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/100015076/100607938> abgerufen werden.