



24.02.2011 - 07:35 Uhr

EANS-News: Henkel AG & Co. KGaA /

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

Geschäftsberichte/Geschäftszahlen/Bilanz/Unternehmen/Henkel

Düsseldorf (euro adhoc) - 24. Februar 2011

Finanzziele 2012 bekräftigt - trotz Kostendruck im Geschäftsjahr 2011

Henkel schließt 2010 mit Rekordergebnis ab

Umsatzsteigerung von 11,2 Prozent auf 15.092 Mio. Euro
Organisches Umsatzwachstum von 7,0 Prozent
Umsatzanteil Wachstumsregionen: plus 3 Prozentpunkte auf 41 Prozent
Bereinigtes* betriebliches Ergebnis: plus 36,5 Prozent auf 1.862 Mio. Euro
Bereinigte* EBIT-Marge: plus 2,3 Prozentpunkte auf 12,3 Prozent
Bereinigtes* Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): plus 47,6 Prozent auf 2,82 Euro
Deutlich höhere Dividende vorgeschlagen: plus 35,8 Prozent auf 0,72 Euro

Düsseldorf - "2010 war ein hervorragendes Jahr für Henkel. Erstmals haben wir ein Geschäftsjahr mit einer bereinigten EBIT-Marge von mehr als 12 Prozent abgeschlossen", sagte Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands von Henkel. "Wir haben in allen Geschäftsbereichen unsere Marktpositionen verbessert und unsere Top-Marken weiter gestärkt. Insbesondere in den Wachstumsmärkten konnten wir unsere Stellung weiter ausbauen. Damit sind wir auf einem guten Weg, unsere Finanzziele 2012 zu erreichen."

Mit Blick auf das Geschäftsjahr 2011 sagte Rorsted: "Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bleiben herausfordernd, insbesondere durch das intensive Wettbewerbsumfeld und steigende Rohstoffkosten. Vor diesem Hintergrund werden wir weiterhin entschieden und zügig auf Veränderungen in unseren Märkten reagieren und den Transformationsprozess im Unternehmen fortführen. Wir sind zuversichtlich, dass wir auch 2011 stärker wachsen als unsere Märkte und ein organisches Umsatzwachstum zwischen 3 und 5 Prozent erzielen werden. Für die bereinigte EBIT-Marge erwarten wir einen Anstieg auf etwa 13 Prozent und eine Verbesserung des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie von etwa 10 Prozent."

Im Geschäftsjahr 2010 hat Henkel den Umsatz deutlich auf 15.092 Mio. Euro und damit um 11,2 Prozent gegenüber dem Wert des Vorjahres gesteigert. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 6,4 Prozent. Organisch, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, verzeichnete der Umsatz nach dem von der Wirtschaftskrise belasteten Jahr 2009 mit plus 7,0 Prozent eine vergleichsweise hohe Steigerung. Zu dieser positiven Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies entwickelte sich ausgezeichnet und wuchs mit plus 11,8 Prozent zweistellig. Der Unternehmensbereich Kosmetik/ Körperpflege setzte seinen positiven Wachstumstrend fort und lag mit einem Wachstum von 4,8 Prozent deutlich über dem stagnierenden Markt. Der Unternehmensbereich Wasch- /Reinigungsmittel erreichte in einem leicht rückläufigen Markt eine organische Umsatzsteigerung von 1,5 Prozent.

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 59,5 Prozent von 1.080 Mio. Euro auf 1.723 Mio. Euro. Bereinigt um einmalige Erträge (59 Mio. Euro), einmalige Aufwendungen (14 Mio. Euro) sowie Restrukturierungsaufwendungen (184 Mio. Euro) verbesserte sich das bereinigte betriebliche Ergebnis um 36,5 Prozent von 1.364 Mio. Euro auf 1.862 Mio. Euro. Alle drei Unternehmensbereiche trugen zu dieser positiven Entwicklung bei.

Die Umsatzrendite (EBIT-Marge) konnte deutlich von 8,0 Prozent auf 11,4 Prozent gesteigert werden. Die bereinigte Umsatzrendite erhöhte sich von 10,0 Prozent auf 12,3 Prozent.

Das Finanzergebnis verbesserte sich von -195 Mio. Euro auf -171 Mio. Euro. Positiv auf das Zinsergebnis wirkten sich insbesondere die gestiegenen Erträge des Pensionsfonds-Vermögens aus. Die weitere Reduzierung der Nettoverschuldung von 2,8 Mrd. Euro auf 2,3 Mrd. Euro entlastete den Zinsaufwand. Die Steuerquote betrug 26,4 Prozent (Vorjahr: 29,0 Prozent)

Der Jahresüberschuss verbesserte sich um 82,0 Prozent von 628 Mio. Euro auf 1.143 Mio. Euro. Nach Abzug von nicht beherrschenden Anteilen in Höhe von 25 Mio. Euro lag der Jahresüberschuss bei 1.118 Mio. Euro (Vorjahr: 602 Mio. Euro). Der bereinigte Jahresüberschuss nach Abzug von nicht beherrschenden

Anteilen stieg um 47,9 Prozent auf 1.217 Mio. Euro. Das Ergebnis je

Vorzugsaktie (EPS) stieg von 1,40 Euro auf 2,59 Euro. Bereinigt lag es bei 2,82 Euro gegenüber 1,91 Euro im Vorjahr.

Vorstand, Aufsichtsrat und Gesellschafterausschuss schlagen der Hauptversammlung eine deutlich höhere Dividende je Vorzugsaktie von 0,72 Euro und je Stammaktie von 0,70 Euro vor.

Erneut gute Fortschritte konnten auch beim Management des Netto-Umlaufvermögens erzielt werden. Im Vergleich zur Vorjahresperiode wurde das Verhältnis von Netto-Umlaufvermögen zum Umsatz nochmals um 0,9 Prozentpunkte auf 6,9 Prozent verbessert. Der Free Cashflow erreichte nach 1.462 Mio. Euro im Vorjahr mit 1.508 Mio. Euro erneut einen sehr guten Wert.

Entwicklung der Unternehmensbereiche

Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel konnte den Umsatz nominal um 4,6 Prozent auf 4.319 Mio. Euro steigern. Organisch wurde der Umsatz um 1,5 Prozent erhöht. Mit einem Anstieg von 5,7 Prozent wurde dabei ein starkes Volumenwachstum erzielt. Der starke Promotions- und Preiswettbewerb in allen relevanten Märkten führte jedoch zu einem Rückgang der Preise gegenüber dem Vorjahr um 4,2 Prozent. Dieser Effekt konnte allerdings aufgrund des sehr guten Mengenwachstums deutlich überkompensiert werden.

Regional betrachtet lag der Schwerpunkt des Umsatzwachstums in Europa und Afrika/Nahost. In Afrika/Nahost wurden zweistellige Wachstumsraten verzeichnet. Auch in Westeuropa konnte ein deutliches Umsatzplus erzielt werden. Zu dieser positiven Entwicklung trugen vor allem Deutschland, Frankreich und Spanien bei. Auch in Osteuropa wurde Wachstum erzielt. Bedingt durch deutliche Preisrückgänge konnten dort allerdings die Wachstumsraten der vergangenen Jahre nicht erreicht werden. In Nordamerika führten der aggressive Preiswettbewerb sowie die Kaufzurückhaltung zu einem Umsatzrückgang.

Das betriebliche Ergebnis wurde um 8,2 Prozent auf einen Rekordwert von 542 Mio. Euro gesteigert. Im Ergebniswachstum spiegeln sich positive Volumeneffekte sowie erfolgreiche Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung wider. Das bereinigte betriebliche Ergebnis stieg um 6,2 Prozent auf 562 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich um 0,2 Prozentpunkte und erreichte mit 13,0 Prozent ein neues Rekordniveau.

Im Geschäftsbereich Waschmittel wurden die stärksten Wachstumsimpulse bei den Universalwaschmitteln und den Weichspülern verzeichnet. In Westeuropa konnte

der Marktanteil bei Universalwaschmitteln trotz der schwierigen Rahmenbedingungen und des intensiven Wettbewerbs gesteigert werden. Hierzu trug vor allem die Marke Persil bei, insbesondere durch die Flüssigwaschmittel.

Ebenfalls erfolgreich waren die Marken Spee und Weißer Riese, die durch neue Pulver- und Gel-Varianten überdurchschnittlich wachsen konnten. In West- und Osteuropa sowie in Israel wurde die positive Entwicklung der Weichspüler-Marken Vernel, Silan und Soad durch neue Varianten mit innovativen Frische-Perlen unterstützt.

Das organische Umsatzwachstum des Geschäftsbereichs Reinigungsmittel wurde weiterhin vor allem von den Geschirrspülmitteln und den WC-Produkten getragen. Bei den Maschinengeschirrspülmitteln trugen vor allem die Produkte Somat 9 und Somat Perfect Gel zur positiven Entwicklung bei. Die Handgeschirrspülmittel verzeichneten ebenfalls deutliche Wachstumsraten. Bei den WC-Produkten trug insbesondere die Einführung des ersten WC-Spülers mit vier Aktivkugeln zum Umsatzwachstum bei.

Der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege setzte den kontinuierlichen Wachstumstrend der Vorjahre erfolgreich fort und konnte den Umsatz um 8,6 Prozent auf 3.269 Mio. Euro steigern. Das organische Umsatzwachstum betrug 4,8 Prozent. Damit lag das Wachstum erneut über dem der relevanten Märkte, so dass die Marktpositionen weiter signifikant ausgebaut werden konnten.

Aus regionaler Sicht verzeichnete vor allem Westeuropa ein gutes Wachstum. Insbesondere in Deutschland wurde ein starkes Umsatzplus erzielt. Daneben gelang es, den Umsatz vor allem in den Wachstumsregionen zu steigern. Hier erreichten Afrika/Nahost, Lateinamerika und Osteuropa sogar zweistellige Zuwachsraten. Dagegen war der Umsatz in Nordamerika rückläufig.

Das betriebliche Ergebnis stieg um 6,1 Prozent auf 411 Mio. Euro, bereinigt um einmalige Erträge und Restrukturierungsaufwendungen stieg es sogar um 12,4 Prozent auf einen neuen Rekordwert von 436 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite durchbrach erstmals die 13-Prozent-Marke und erreichte mit 13,3 Prozent ebenfalls eine neue Rekordmarke.

Bezogen auf die Marktsegmente wuchs der Bereich Haarkosmetik besonders stark. Durch die Einführung von erfolgreichen Innovationen konnten die Marktanteile in den Kategorien Haarpflege, Colorationen und Haarstyling signifikant ausgebaut und neue Rekordwerte erreicht werden. Neben der weltweiten Expansion der Marke Syoss in neue Märkte und Kategorien setzte insbesondere die Innovation Perfect Mousse im Bereich Colorationen Impulse. Das Körperpflegegeschäft war durch Innovationen und weitere Produkteinführungen bei den Kernmarken geprägt. Bei Fa wurde die Serie Active Pearls eingeführt. In Nordamerika wurde mit der Dial Nutri-Skin Serie eine der erfolgreichsten Körperpflege-Innovationen des Jahres 2010 in dieser Region lanciert. Zur weiteren Erschließung des Marktes für Herrenpflegeprodukte wurde die bisherige US-Marke Right Guard auch in Deutschland und Osteuropa eingeführt.

Im Hautpflegegeschäft stand weiterhin die Entwicklung von innovativen Anti-Age-Produkten im Fokus. Die Einführung der neuen Sublinie Novagen von Diadermine trug zur Stärkung der Position der Marke in diesem Segment bei. Im Mundpflegegeschäft wurden mit den neuen Varianten bei Theramed gute Ergebnisse

erzielt. Das Friseurgeschäft trug ebenfalls zur Wachstumsdynamik bei und baute in einem weiterhin schwierigen Marktumfeld die Position als weltweite Nummer 3 aus. Nach dem erfolgreichen Relaunch der ammoniakfreien Coloration wurde bei Essensity das Pflege- und Stylingangebot komplett neu eingeführt. Mit innovativen Neueinführungen, wie dem Styling Pulver bei unserer Top Stylingmarke Osis, konnten zahlreiche Neukunden gewonnen und das Geschäft mit bestehenden Kunden belebt werden.

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies konnte den Umsatz in einem sich erholenden Marktumfeld deutlich um 17,4 Prozent auf 7.306 Mio. Euro steigern.

Das organische Wachstum erreichte mit 11,8 Prozent einen neuen Rekordwert.

In den reifen Märkten Westeuropa und Nordamerika wurde nach dem marktbedingten Rückgang im Vorjahr insgesamt ein Wachstum im hohen einstelligen Prozentbereich erzielt. In den Wachstumsmärkten wurde ein zweistelliges Wachstum erreicht, wobei das stärkste Wachstum in der Region Asien/Pazifik verzeichnet wurde.

Das betriebliche Ergebnis verdreifachte sich im Vergleich zum Vorjahr und erreichte mit 878 Mio. Euro einen neuen Rekordwert. Das bereinigte betriebliche Ergebnis konnte fast verdoppelt werden und lag bei 938 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite stieg um 4,7 Prozentpunkte auf 12,8 Prozent.

Das Geschäftsfeld Klebstoffe für Konsumenten, Handwerk und Bau entwickelte sich positiv. Dabei trugen sowohl das Geschäft mit Handwerkern und Konsumenten als auch das mit der Bauindustrie zu dem Wachstum bei. Nach den negativen Auswirkungen der globalen Wirtschafts- und Finanzkrise zeigte das Geschäftsfeld Transport und Metall im Berichtsjahr eine besonders erfreuliche Entwicklung.

Der Umsatz im Geschäftsfeld Allgemeine Industrie konnte ebenfalls deutlich gesteigert werden. Das Geschäft mit Produkten für die industrielle Instandhaltung unter der Marke Loctite hat entscheidend zu dieser Entwicklung beigetragen. Im Geschäftsfeld Verpackungs-, Konsumgüter- und Konstruktionsklebstoffe wurde der Umsatz ebenfalls weiter erhöht. Die Entwicklung im Geschäftsfeld Elektronik war durch die Erholung in der Halbleiterindustrie geprägt. Hier wurde das stärkste Umsatzwachstum aller Geschäftsfelder erreicht.

Regionale Entwicklung

In der Region Westeuropa verbesserte sich der Umsatz um 4,3 Prozent auf 5.470 Mio. Euro. Organisch stieg der Umsatz um 4,0 Prozent. Dieses Wachstum wurde von allen Unternehmensbereichen getragen, insbesondere von Adhesive Technologies mit einem Anstieg im hohen einstelligen Bereich. Der Umsatz in der Region Osteuropa wurde deutlich um 13,7 Prozent auf 2.649 Mio. Euro gesteigert. Das organische Wachstum lag bei 7,2 Prozent und wurde vor allem durch die Unternehmensbereiche Kosmetik/Körperpflege und Adhesive Technologies getragen, die zweistellig wuchsen. Der Umsatz des Unternehmensbereichs Wasch-/Reinigungsmittel lag auf dem Niveau des Vorjahres. Die Region Afrika/Nahost entwickelte sich weiterhin sehr erfreulich und wies ein Umsatzwachstum von 18,7 Prozent auf 901 Mio. Euro auf. Organisch stieg der Umsatz um 12,8 Prozent. Dazu trugen alle drei Unternehmensbereiche mit zweistelligen Wachstumsraten bei.

Der Umsatz in der Region Nordamerika wurde um 7,0 Prozent auf 2.724 Mio. Euro gesteigert. Das organische Umsatzwachstum von 3,5 Prozent wurde durch den Unternehmensbereich Adhesive Technologies getragen, wohingegen der Umsatz in den Unternehmensbereichen Wasch-/Reinigungsmittel und Kosmetik/Körperpflege rückläufig war. Die Region Lateinamerika entwickelte sich weiterhin sehr erfreulich und erreichte ein Umsatzwachstum von 19,1 Prozent auf 982 Mio. Euro. Das organische Umsatzwachstum lag bei 9,8 Prozent und wurde von den Unternehmensbereichen Kosmetik/Körperpflege und Adhesive Technologies getragen. In der Region Asien/Pazifik zeigte sich der Aufwärtstrend mit einem Umsatzwachstum von 30,8 Prozent auf 2.168 Mio. Euro am deutlichsten. Organisch legte der Umsatz um 17,8 Prozent zu. Dabei war die Entwicklung der Unternehmensbereiche Kosmetik/Körperpflege und Adhesive Technologies mit zweistelligen Wachstumsraten besonders erfreulich. In den Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) konnte der Umsatz um 19,9 Prozent auf 6.132 Mio. Euro gesteigert werden. Organisch stieg der Umsatz um 11,8 Prozent und lag damit weiterhin im zweistelligen Bereich. Das Wachstum wurde insbesondere von den Unternehmensbereichen Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege getragen. Der Umsatzanteil der Wachstumsregionen erhöhte sich von 38 Prozent auf 41 Prozent.

Viertes Quartal 2010

Im vierten Quartal 2010 hat Henkel den Umsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 11,5 Prozent auf 3.729 Mio. Euro gesteigert. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 5,7 Prozent. Das organische Umsatzwachstum erreichte 5,8 Prozent. Das betriebliche Ergebnis stieg um 29,0 Prozent von 293 Mio. Euro auf 379 Mio. Euro. Bereinigt um einmalige Erträge (16 Mio. Euro), einmalige Aufwendungen (5 Mio. Euro) sowie Restrukturierungsaufwendungen (80 Mio. Euro) verbesserte sich das bereinigte betriebliche Ergebnis um 8,2 Prozent von 414 Mio. Euro auf 448 Mio. Euro. Die Umsatzrendite (EBIT-Marge) wurde von 8,8 Prozent auf 10,2 Prozent gesteigert. Die bereinigte Umsatzrendite lag bei 12,0 Prozent nach 12,4 Prozent im Vorjahresquartal. Der Quartalsüberschuss verbesserte sich von 177 Mio. Euro auf 254 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 5 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 249 Mio. Euro (Vorjahr: 170 Mio. Euro). Das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) wurde von 0,39 Euro auf 0,58 Euro gesteigert, bereinigt stieg es von 0,64 Euro auf 0,69 Euro.

Umsatz- und Ergebnisprognose 2011

Bei der Prognose für das laufende Jahr geht Henkel von einem Anstieg des weltweiten Bruttoinlandsprodukts von etwa 3 Prozent aus. Henkel ist zuversichtlich, sich beim organischen Umsatzwachstum erneut besser als seine relevanten Märkte entwickeln zu können, und erwartet ein organisches Umsatzwachstum innerhalb der Bandbreite von 3 bis 5 Prozent. Die Basis dafür bildet die starke Wettbewerbsposition, die in den vergangenen Jahren gefestigt und weiter ausgebaut wurde. Henkel hat in den vergangenen Jahren eine Reihe von Maßnahmen eingeleitet, die sich positiv auf die Kostenstruktur ausgewirkt haben. Auch in diesem Jahr will Henkel seine Strukturen weiter an die sich stetig ändernden Marktverhältnisse anpassen und die strikte Kostendisziplin fortführen. All diese Faktoren werden zusammen mit der erwarteten Umsatzsteigerung die Entwicklung der Ergebnisse positiv beeinflussen. Gegenüber den Werten im Jahr 2010 erwartet Henkel bei der bereinigten Umsatzrendite eine Steigerung auf etwa 13 Prozent (2010: 12,3 Prozent) sowie einen Anstieg des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie von etwa 10 Prozent (2010: 2,82 Euro).

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

Den Geschäftsbericht 2010 und weitere Informationen mit Download-Material zum Geschäftsjahr 2010 sowie den Link zum Live-Webcast der Bilanzpressekonferenz

finden Sie in unserer Pressemappe im Internet unter: <http://www.henkel.de/presse>.

press@henkel.com

Ende der Mitteilung euro adhoc

Kontakt:

Irene Honisch
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/100015076/100619735> abgerufen werden.