



04.05.2011 - 07:32 Uhr

EANS-News: Henkel AG & Co. KGaA / Henkel startet gut in das Geschäftsjahr 2011

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

Geschäftszahlen/Bilanz/Quartalsbericht/Unternehmen/3-Monatsbericht/Henkel

Düsseldorf (euro adhoc) - Henkel erwartet stärkeres organisches Umsatzwachstum

Henkel startet gut in das Geschäftsjahr 2011

Umsatzsteigerung von 8,9 Prozent auf 3.823 Mio. Euro (organisch: +7,2%)
Bereinigtes* betriebliches Ergebnis: plus 12,1 Prozent auf 473 Mio. Euro
Bereinigte* EBIT-Marge: plus 0,4 Prozentpunkte auf 12,4 Prozent
Bereinigtes* Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): plus 21,7 Prozent auf 0,73

Euro

Wachstumsregionen weiter mit überdurchschnittlichen Zuwächsen (+14,8%)
Steigende Rohstoffpreise und intensiver Wettbewerb prägen Marktumfeld

Düsseldorf - "In einem herausfordernden Marktumfeld ist Henkel gut in das Geschäftsjahr gestartet. Wir haben ein sehr gutes organisches Wachstum erzielt, das erneut über dem unserer relevanten Märkte lag", sagte Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands von Henkel. "Alle Unternehmensbereiche haben zu diesem Wachstum beigetragen. Mit weiterhin zweistelligen Zuwächsen konnten wir unsere Stellung in den Wachstumsmärkten weiter ausbauen. Wir haben unsere strategischen Prioritäten fest im Blick und sind weiter zuversichtlich, unsere Ziele für das Jahr 2012 erreichen zu können."

Mit Blick auf das laufende Geschäftsjahr sagte Rorsted: "Durch den intensiven Wettbewerb und die steigenden Rohstoffkosten bleibt das wirtschaftliche Umfeld weiter herausfordernd. Vor diesem Hintergrund müssen wir die Strukturen im Unternehmen ständig überprüfen und weiterentwickeln, damit Henkel auch künftig im internationalen Wettbewerb ganz vorn sein kann." Die Erwartungen für das organische Umsatzwachstum hob Henkel leicht an. "Wir sind zuversichtlich, dass wir 2011 erneut stärker wachsen als unsere relevanten Märkte und erwarten jetzt ein organisches Umsatzwachstum am oberen Ende der Bandbreite zwischen 3 und 5 Prozent. Für die bereinigte EBIT-Marge erwarten wir wie bisher einen Anstieg auf etwa 13 Prozent und eine Verbesserung des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie um etwa 10 Prozent", ergänzte Kasper Rorsted.

Im ersten Quartal 2011 hat Henkel den Umsatz auf 3.823 Mio. Euro und damit um 8,9 Prozent gegenüber dem Wert des Vorjahresquartals gesteigert. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 6,8 Prozent. Organisch, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, verzeichnete der Umsatz mit plus 7,2 Prozent erneut eine hohe Steigerungsrate. Zu dieser positiven Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei. Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel erzielte, insbesondere aufgrund einer starken Volumenentwicklung, ein Wachstum von 1,6 Prozent. Mit einem organischen Wachstum von 5,7 Prozent übertraf der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege bei einem sehr starken Vorjahresquartal erneut deutlich das Marktwachstum. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies lag mit einem organischen Umsatzwachstum von 11,5 Prozent sowohl preis- als auch volumengetrieben signifikant über dem bereits starken Vorjahresquartal. In allen drei Unternehmensbereichen hat Henkel damit seine weltweiten Marktanteile weiter ausgebaut.

Das um einmalige Erträge, einmalige Aufwendungen sowie Restrukturierungsaufwendungen bereinigte betriebliche Ergebnis verbesserte sich um 12,1 Prozent von 421 Mio. Euro auf 473 Mio. Euro. Das betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 1,9 Prozent von 422 Mio. Euro auf 430 Mio. Euro.

Die bereinigte Umsatzrendite (EBIT-Marge) wurde um 0,4 Prozentpunkte von 12,0 Prozent auf 12,4 Prozent gesteigert. Die Umsatzrendite lag bei 11,2 Prozent nach 12,0 Prozent im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Das Finanzergebnis verbesserte sich von -54 Mio. Euro auf -37 Mio. Euro. Dies ist auf die niedrigere Nettoverschuldung und ein verbessertes Ergebnis aus Währungskurssicherungen zurückzuführen. Die Steuerquote betrug 26,2 Prozent (Vorjahresquartal: 27,7 Prozent).

Der Quartalsüberschuss verbesserte sich um 9,0 Prozent von 266 Mio. Euro auf 290 Mio. Euro. Nach Abzug von nicht beherrschenden Anteilen in Höhe von 7 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 285 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 259 Mio. Euro). Der bereinigte Quartalsüberschuss nach nicht beherrschenden Anteilen stieg deutlich um 20,4 Prozent von 265 Mio. Euro auf 319 Mio. Euro. Das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) stieg von 0,60 Euro auf 0,66 Euro. Bereinigt lag es bei 0,73 Euro gegenüber 0,60 Euro im Vorjahresquartal.

Erneut gute Fortschritte wurden auch beim Management des Netto-Umlaufvermögens erzielt. Im Vergleich zum Vorjahr wurde das Verhältnis von Netto-Umlaufvermögen zum Umsatz um 0,6 Prozentpunkte auf 7,9 Prozent verbessert. Die Nettoverschuldung

wurde auf 2,1 Mrd. Euro reduziert.

Entwicklung der Unternehmensbereiche

Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel konnte den Umsatz trotz eines anhaltend wettbewerbsintensiven Umfelds nominal um 2,2 Prozent auf 1.072 Mio. Euro steigern. Organisch stieg der Umsatz um 1,6 Prozent und wurde insbesondere durch ein starkes Mengenwachstum von 4,8 Prozent getragen, während die Preisentwicklung rückläufig war.

Regional betrachtet war die Entwicklung sehr unterschiedlich. In Osteuropa wurde ein hohes organisches Wachstum erzielt, ebenso in Lateinamerika, hier insbesondere bedingt durch die Einführung von Persil in Mexiko. In der Region Afrika/Nahost waren, bedingt durch die politischen Unruhen in einigen für Henkel wichtigen Ländern, die Wachstumsraten geringer als in der Vergangenheit. Die Situation verbesserte sich aber zum Ende des Quartals deutlich. In Nordamerika ging der Umsatz aufgrund rückläufiger Märkte und weiterhin starken Wettbewerbsdrucks zurück. In Westeuropa dagegen wurde ein deutliches Umsatzplus erzielt, das insbesondere durch starkes Wachstum in Deutschland und Frankreich getragen wurde. Die Marktanteile in Westeuropa konnten dadurch weiter ausgebaut werden.

Das betriebliche Ergebnis lag bei 100 Mio. Euro nach 151 Mio. Euro im Vergleichs-quartal des Vorjahres. Hier machten sich insbesondere die Restrukturierungs-aufwendungen zur Optimierung des Produktionsnetzwerks bemerkbar. Aufgrund gestiegener Materialpreise und des gesunkenen Preisniveaus blieben auch das bereinigte betriebliche Ergebnis mit 133 Mio. Euro und die bereinigte Umsatzrendite mit 12,4 Prozent leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals.

Der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege startete mit einem sehr starken ersten Quartal in das Geschäftsjahr 2011. Der Umsatz übertraf das bereits sehr hohe Vorjahresquartal um 7,7 Prozent und erreichte 821 Mio. Euro. Organisch betrug das Umsatzwachstum 5,7 Prozent und lag damit erneut über dem der relevanten Märkte. Grundlage der erfolgreichen Entwicklung war die konsequente Fortführung der Innovationsoffensive mit zahlreichen Produktneueinführungen.

Alle Regionen und Geschäftsbereiche haben zu diesem Wachstum beigetragen. Osteuropa, Lateinamerika und die Wachstumsmärkte Asiens verzeichneten erneut zweistellige Zuwachsraten. Westeuropa und Nordamerika zeigten ebenfalls einen sehr guten Jahresanfang. Durch erfolgreiche Innovationen konnte der Umsatz in beiden Regionen deutlich gesteigert und die Marktanteile ausgebaut werden.

Das betriebliche Ergebnis stieg um 12,6 Prozent auf 112 Mio. Euro. Das bereinigte betriebliche Ergebnis stieg sogar um 15,1 Prozent auf 113 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich um 0,9 Prozentpunkte und erreichte mit 13,8 Prozent einen neuen Höchstwert für ein erstes Quartal.

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies setzte seine dynamische Wachstumsentwicklung auch im ersten Quartal 2011 fort und konnte den Umsatz deutlich um 14,1 Prozent auf 1.884 Mio. Euro steigern. Das organische Wachstum, das von deutlichen Mengensteigerungen und der Erhöhung der Absatzpreise getragen wurde, erreichte 11,5 Prozent und lag damit signifikant über der Marktentwicklung.

Alle Regionen und Geschäftsfelder trugen zu dieser positiven Entwicklung bei. Besondere Impulse kamen erneut aus den Wachstumsregionen, wobei Osteuropa, Afrika/Nahost und Asien die höchsten Steigerungsraten verzeichneten. Aber auch in den reifen Märkten konnte der Umsatz deutlich gesteigert werden.

Obwohl sich steigende Rohstoff- und Verpackungspreise deutlich negativ ausgewirkt haben, stieg das betriebliche Ergebnis im Vergleich zum Vorjahresquartal um 31,6 Prozent auf 244 Mio. Euro. Durch Effizienzsteigerungen und Preiserhöhungen konnten die Kostensteigerungen jedoch überkompensiert werden. Auch das bereinigte betriebliche Ergebnis wurde überproportional um 22,6 Prozent auf 247 Mio. Euro gesteigert. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich um 0,9 Prozentpunkte auf 13,1 Prozent.

Regionale Entwicklung

In der Region Westeuropa verbesserte sich der Umsatz um 6,0 Prozent auf 1.433 Mio. Euro. Organisch stieg der Umsatz um 5,1 Prozent. Dieses Wachstum wurde von allen Unternehmensbereichen getragen. Der Umsatz in der Region Osteuropa wurde deutlich um 14,3 Prozent auf 656 Mio. Euro gesteigert. Das organische Wachstum lag bei 13,2 Prozent und erreichte zweistellige Zuwächse in den Unternehmensbereichen Kosmetik/Körperpflege und Adhesive Technologies. Die Region Afrika/Nahost wies ein Umsatzwachstum von 4,6 Prozent auf 222 Mio. Euro auf. Organisch stieg der Umsatz um 4,9 Prozent, insbesondere getragen durch die Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege. Die Geschäftsentwicklung in der Region war auch durch die politischen Unruhen in einigen Ländern der Region geprägt, die insgesamt einen negativen Einfluss von rund 20 Millionen Euro auf den Umsatz zur Folge hatten. Der Umsatz in der Region Nordamerika wurde um 4,7 Prozent auf 676 Mio. Euro gesteigert. Das organische Umsatzwachstum von 3,6 Prozent wurde durch die Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege getragen, wohingegen der Umsatz im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel rückläufig war. Die Region Lateinamerika entwickelte sich weiterhin sehr erfreulich und erreichte ein Umsatz-wachstum von 17,1 Prozent auf 253 Mio. Euro. Das organische Umsatzwachstum lag bei 10,1 Prozent und wurde von allen Unternehmensbereichen getragen. Die Region Asien/Pazifik verzeichnete ein starkes Umsatzwachstum von 16,2 Prozent auf 536 Mio. Euro. Organisch legte der Umsatz um 10,8 Prozent zu, insbesondere getragen durch die Entwicklung im Unternehmensbereich Adhesive Technologies.

In den Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) konnte der Umsatz um 14,8 Prozent auf 1.537 Mio. Euro gesteigert werden. Organisch stieg der Umsatz um 12,4 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 gegenüber dem Vorjahresquartal von 38 Prozent auf 40 Prozent.

Nach dem guten ersten Quartal ist Henkel zuversichtlich, sich beim organischen Umsatzwachstum erneut besser als seine relevanten Märkte entwickeln zu können. Henkel erwartet nun ein organisches Umsatzwachstum am oberen Ende (bisher: innerhalb) der Bandbreite von 3 bis 5 Prozent. Henkel bestätigt seine Prognose für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) von etwa 13 Prozent (2010: 12,3 Prozent) und für die Steigerung des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie um etwa 10 Prozent. Die Basis dafür bilden die Erhöhungen der Absatzpreise und die Anpassung der Strukturen an die sich stetig ändernden Marktverhältnisse. Mit diesen Maßnahmen und einer weiterhin strikten Kostendisziplin will Henkel die Ergebniswirkungen der weiter steigenden Rohstoffkosten überkompensieren.

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 Bericht für das erste Quartal 2011 und weitere Informationen mit Download-Material sowie den Link zur Übertragung der Telefonkonferenz finden Sie in unserer Pressemappe im Internet unter: <http://www.henkel.de/presse/veroeffentlichung-bericht-q1-2011-37790.htm>.

press@henkel.com

Ende der Mitteilung euro adhoc

Kontakt:

Irene Honisch
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/100015076/100623997> abgerufen werden.