



10.08.2011 - 07:32 Uhr

EANS-News: Henkel AG & Co. KGaA / Henkel setzt gute Entwicklung im 2. Quartal fort

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

Quartalsbericht/Unternehmen/Henkel

Utl.: Organisches Umsatzwachstum von etwa 5 Prozent für 2011 erwartet

Düsseldorf (euro adhoc) - Organisches Umsatzwachstum von etwa 5 Prozent für 2011 erwartet

Henkel setzt gute Entwicklung im 2. Quartal fort

Umsatzsteigerung von 1,6 Prozent auf 3.953 Mio. Euro (organisch: + 6,3%)
Bereinigtes* betriebliches Ergebnis: plus 8,0 Prozent auf 514 Mio. Euro
Bereinigte* EBIT-Marge: plus 0,8 Prozentpunkte auf 13,0 Prozent
Bereinigtes* Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): plus 8,2 Prozent auf 0,79

Euro

Wachstumsregionen weiter mit zweistelligem Zuwachs (organisch: + 11,6%)
Gestiegene Rohstoffpreise und intensiver Wettbewerb prägen Marktumfeld

Düsseldorf - "Auch im zweiten Quartal hat Henkel in einem weiterhin herausfordernden Marktumfeld seine gute Entwicklung fortgesetzt. Wir haben ein hohes organisches Wachstum erzielt, das erneut über dem unserer relevanten Märkte lag", sagte Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands. "Alle Unternehmensbereiche haben zu diesem Wachstum beigetragen. Mit zweistelligen Zuwächsen in den Wachstumsregionen verbesserten wir deren Umsatzanteil auf 42 Prozent. Trotz gestiegener Rohstoffpreise ist es uns gelungen, die Profitabilität in allen Unternehmensbereichen zu verbessern. Neben der Erhöhung unserer Absatzpreise, die wir mit unseren starken Marken und Innovationen in allen Unternehmensbereichen durchsetzen konnten, haben dazu auch weitere Effizienzsteigerungsmaßnahmen beigetragen."

Mit Blick auf das laufende Geschäftsjahr sagte Rorsted: "Durch den intensiven Wettbewerb, die gestiegenen Rohstoffpreise und die zunehmende Unsicherheit in den Märkten bleibt das wirtschaftliche Umfeld herausfordernd. Vor diesem Hintergrund werden wir auch in Zukunft die Strukturen im Unternehmen ständig weiterentwickeln, um schneller und flexibler reagieren zu können, und strikte Kostendisziplin halten." 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 nun ein organisches Umsatzwachstum von etwa 5 Prozent. Wie bisher erwarten wir für die bereinigte EBIT-Marge einen Anstieg auf etwa 13 Prozent und für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie eine Verbesserung um etwa 10 Prozent", ergänzte Kasper Rorsted.

Im zweiten Quartal 2011 hat Henkel den Umsatz auf 3.953 Mio. Euro und damit um 1,6 Prozent gegenüber dem Wert des Vorjahresquartals gesteigert. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 6,0 Prozent. Organisch, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, verzeichnete der Umsatz mit plus 6,3 Prozent erneut eine hohe Steigerungsrate. Zu dieser positiven Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei. Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel erzielte eine erfreuliche organische Wachstumsrate von 3,7 Prozent. Mit einem organischen Umsatzwachstum von 5,4

Prozent übertraf der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege das sehr starke Vorjahresquartal deutlich. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies lag mit einem organischen Umsatzwachstum von 8,9 Prozent sowohl preis- als auch volumengetrieben signifikant über einem bereits starken Vorjahresquartal. Damit hat Henkel in allen drei Unternehmensbereichen seine weltweiten Marktanteile weiter ausgebaut. In den Konsumentengeschäften wurden historische Höchstwerte erreicht.

Das um einmalige Erträge, einmalige Aufwendungen sowie Restrukturierungs-aufwendungen bereinigte betriebliche Ergebnis verbesserte sich um 8,0 Prozent von 476 Mio. Euro auf 514 Mio. Euro. Zu dieser Verbesserung trugen alle drei Unternehmensbereiche bei. Das betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 27,5 Prozent von 421 Mio. Euro auf 537 Mio. Euro. Dabei wirkte sich ein Einmaleffekt in Höhe von 48 Mio. Euro aus der Veräußerung des Markenartikelgeschäfts in Indien positiv auf das Ergebnis aus.

Die bereinigte Umsatzrendite (EBIT-Marge) wurde trotz des Einflusses steigender Preise für Rohstoffe und Verpackungen um 0,8 Prozentpunkte von 12,2 Prozent auf 13,0 Prozent gesteigert. Die Umsatzrendite lag bei 13,6 Prozent nach 10,8 Prozent im Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Das Finanzergebnis reduzierte sich von -35 Mio. Euro auf -41 Mio. Euro. Dies ist auf ein gesunkenes Ergebnis aus Währungssicherungen zurückzuführen. Die Steuerquote betrug 24,4 Prozent (Vorjahresquartal: 27,5 Prozent).

Der Quartalsüberschuss erhöhte sich um 33,9 Prozent von 280 Mio. Euro auf 375 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 9 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 366 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 273 Mio. Euro). Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile lag bei 343 Mio. Euro gegenüber 315 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) stieg von 0,63 Euro auf 0,85 Euro. Bereinigt lag es bei 0,79 Euro gegenüber 0,73 Euro im Vorjahresquartal.

Eine weitere Verbesserung wurde auch beim Management des Netto-Umlaufvermögens erzielt. Im Vergleich zum Vorjahr wurde das Verhältnis von Netto-Umlaufvermögen zum Umsatz um 0,3 Prozentpunkte auf 8,4 Prozent verbessert. Die Nettoverschuldung zum 30. Juni 2011 betrug 2,2 Mrd. Euro.

Geschäftsverlauf Januar bis Juni 2011

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2011 hat Henkel den Umsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum deutlich um 5,1 Prozent auf 7.776 Mio. Euro gesteigert. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 6,4 Prozent. Auch das organische Umsatzwachstum lag mit 6,7 Prozent deutlich über dem Wert des Vorjahreszeitraums. Das bereinigte betriebliche Ergebnis stieg um 9,9 Prozent von 897 Mio. Euro auf 987 Mio. Euro. Zu dieser positiven Entwicklung trugen insbesondere die Unternehmensbereiche Kosmetik/Körperpflege und Adhesive Technologies bei. Das betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 14,7 Prozent von 843 Mio. Euro auf 967 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite (EBIT-Marge) wurde von 12,1 Prozent auf 12,7 Prozent gesteigert. Die Umsatzrendite stieg von 11,4 Prozent auf 12,4 Prozent.

Der Halbjahresüberschuss erhöhte sich um 21,8 Prozent von 546 Mio. Euro auf 665 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 14 Mio. Euro lag der Halbjahresüberschuss bei 651 Mio. Euro (Vorjahr: 532 Mio. Euro). Das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) hat sich von 1,23 Euro auf 1,51 Euro verbessert, bereinigt stieg es um 14,3 Prozent von 1,33 Euro auf 1,52 Euro.

Entwicklung der Unternehmensbereiche im zweiten Quartal 2011

Im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel konnte der Umsatz organisch um 3,7 Prozent gesteigert werden. Dieser trotz der anhaltend rückläufigen Entwicklung der relevanten Märkte deutliche Anstieg beruht auf einem weiterhin starken Mengenwachstum von 2,9 Prozent und auf einem erstmals seit dem dritten Quartal 2009 wieder positiven Preiseffekt von 0,8 Prozent. Nominal lag der Umsatz bei 1.076 Mio. Euro nach 1.086 Mio. Euro im Vorjahresquartal.

Trotz unterschiedlicher Marktentwicklung haben alle Regionen zum organischen

Wachstum beigetragen. Besonders positive Impulse kamen aus den Wachstumsregionen Osteuropa und Afrika/Nahost. Einige Märkte in dieser Region haben sich allerdings noch nicht vollständig von der politischen Krise erholt, so dass in Tunesien und Ägypten, trotz einer deutlichen Belebung des Geschäfts, die zweistelligen Wachstumsraten der Vergangenheit noch nicht wieder erreicht werden konnten. In Nordamerika stieg der Umsatz trotz weiter rückläufiger Märkte deutlich an. In Westeuropa wurde ebenfalls ein Umsatzplus erzielt, das insbesondere durch starkes Wachstum in Deutschland getragen wurde. Die positive Entwicklung in rückläufigen Märkten führte zu einem neuen Höchstwert der globalen Marktanteile.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis stieg um 2,8 Prozent auf 140 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite legte um 0,5 Prozentpunkte auf 13,0 Prozent zu. Damit lagen beide Kennzahlen deutlich über dem Niveau des Vorjahresquartals, obwohl sich die deutlich gestiegenen Rohstoffpreise in diesem Quartal besonders negativ ausgewirkt haben. Das betriebliche Ergebnis stieg um 14,8 Prozent auf 157 Mio. Euro. Darin enthalten ist ein Veräußerungsgewinn aus dem Verkauf des Markenartikelgeschäfts in Indien.

Der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege erzielte im zweiten Quartal einen deutlichen organischen Umsatzanstieg von 5,4 Prozent und knüpfte damit an die sehr gute Entwicklung der Vorquartale an. Erneut lag das Wachstum über dem der relevanten Märkte. Die Absatzmenge wurde deutlich gesteigert. Getrieben durch starke Innovationen wurden die Marktanteile weiter ausgebaut und erreichten zum wiederholten Mal Rekordwerte. Daneben wurden wieder höhere durchschnittliche Verkaufspreise realisiert, was sich erstmals seit vier Quartalen in einem positiven Preiseffekt widerspiegelte. Der Umsatz lag bei 881 Mio. Euro und damit um 1,9 Prozent über dem Wert des Vorjahresquartals.

Das Wachstum wurde, wie bereits in den Vorquartalen, insbesondere von der exzellenten Entwicklung in den Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika sowie Asien getragen. Hier wurden erneut zweistellige Zuwachsraten erzielt. Aber auch in den reifen Märkten wurde der Umsatz gesteigert. Insbesondere Nordamerika verzeichnete aufgrund von Produktneueinführungen ein deutliches Umsatzplus. Sehr gut entwickelte sich das Geschäft auch in den reifen Märkten Asiens. Die Region Westeuropa blieb unter dem starken Umsatzniveau des Vorjahres.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis stieg deutlich um 11,0 Prozent auf 124 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich um 1,2 Prozentpunkte und erreichte mit 14,1 Prozent einen neuen Höchstwert. Kostensenkungen und Effizienzsteigerungen trugen wiederum spürbar zur Ergebnissteigerung bei. Auch im zweiten Quartal gelang es, gestiegene Rohstoff- und Verpackungspreise zu kompensieren. Das betriebliche Ergebnis stieg um 24,7 Prozent auf 140 Mio. Euro. Hier machte sich insbesondere der Einmalgewinn aus der Veräußerung des Markenartikelgeschäfts in Indien bemerkbar.

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies entwickelte sich auch im zweiten Quartal 2011 deutlich besser als die relevanten Märkte und konnte den Umsatz gegenüber einem starken Vorjahresquartal um 3,9 Prozent auf 1.963 Mio. Euro steigern. Sowohl Mengensteigerungen als auch die Erhöhung der Absatzpreise haben zu dieser positiven Entwicklung beigetragen. Das organische Wachstum lag bei 8,9 Prozent.

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

Das bereinigte betriebliche Ergebnis verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahresquartal erneut signifikant um 9,0 Prozent auf 278 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich damit um 0,7 Prozentpunkte auf einen neuen Höchstwert von 14,2 Prozent. Obwohl sich weiter stark steigende Rohstoff- und Verpackungspreise deutlich negativ ausgewirkt haben, konnten die Kostensteigerungen durch weitere Effizienzverbesserungen und Preiserhöhungen deutlich überkompensiert werden. Das betriebliche Ergebnis stieg im Vergleich zum Vorjahresquartal um 21,1 Prozent auf 269 Mio. Euro. Darin ist ein Einmal Erlös aus der Veräußerung des Geschäfts mit Dachbahnen unter der Marke Wolfen enthalten.

Regionale Entwicklung

In der Region Westeuropa verbesserte sich der Umsatz um 2,4 Prozent auf 1.425 Mio. Euro. Organisch stieg der Umsatz um 1,5 Prozent. Dabei konnte die rückläufige Entwicklung im Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege durch das Wachstum in den Unternehmensbereichen Adhesive Technologies und Wasch-/Reinigungsmittel kompensiert werden. Der Umsatz in der Region Osteuropa wurde um 7,3 Prozent auf 729 Mio. Euro gesteigert. Das organische Wachstum lag sogar bei 11,0 Prozent. Hierzu trugen alle Unternehmensbereiche bei, insbesondere Adhesive Technologies mit zweistelligen Zuwächsen. In der Region Afrika/Nahost war das Wachstum weiterhin durch die politischen Unruhen in einigen Ländern beeinflusst. Der Umsatz lag bei 231 Mio. Euro, nach 236 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Organisch stieg der Umsatz dennoch um 9,5 Prozent, insbesondere getragen durch die Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege. Der Umsatz in der Region Nordamerika ging um 5,2 Prozent auf 676 Mio. Euro zurück. Dabei machten sich Wechselkurseffekte negativ bemerkbar. Organisch stieg der Umsatz dagegen, getragen von allen drei Unternehmensbereichen, um 6,1 Prozent. Die Region Lateinamerika erreichte ein Umsatzwachstum von 5,0 Prozent auf 272 Mio. Euro. Das organische Umsatzwachstum lag bei 9,6 Prozent und wurde von allen Unternehmensbereichen getragen. Die Region Asien/Pazifik verzeichnete ein Umsatzwachstum von 4,8 Prozent auf 587 Mio. Euro. Organisch legte der Umsatz mit 12,1 Prozent weiterhin zweistellig zu, insbesondere getragen durch die Entwicklung in den Unternehmensbereichen Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege. Die Entwicklung in Japan hatte nur lokalen Einfluss auf das Umsatzwachstum.

In den Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) konnte der Umsatz um 4,7 Prozent auf 1.674 Mio. Euro gesteigert werden. Organisch stieg der Umsatz um 11,6 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 41 Prozent auf 42 Prozent.

Umsatz- und Ergebnisprognose 2011

Nach dem guten ersten Halbjahr ist Henkel zuversichtlich, sich beim organischen Umsatzwachstum erneut besser als seine relevanten Märkte entwickeln zu können. Henkel erwartet nun ein organisches Umsatzwachstum von etwa 5 Prozent (bisher: am oberen Ende 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 gestiegenen 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

Tel. +49 211 797 - 2606

Fax +49 211 798 - 4040

Wulf Klüppelholz

Tel. +49 211 797 - 1875

Fax +49 211 798 - 4040

Henkel AG & Co. KGaA

Den Bericht für das zweite 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-q2-1-halbjahr-2011-38831.htm>

press@henkel.com

Rückfragehinweis:

Irene Honisch

Corporate Communications

Tel.: +49 (0)211 797-5668

E-Mail: irene.honisch@henkel.com

Ende der Mitteilung

euro adhoc

Unternehmen: Henkel AG & Co. KGaA

Henkelstr. 67

D-40191 Düsseldorf

Telefon: +49 (0)211 797-0

FAX: +49 (0)211 798-4008

WWW: <http://www.henkel.com>

Branche: Konsumgüter

ISIN: DE0006048432, DE0006048408

Indizes: DAX, CDAX, HDAX, Prime All Share

Börsen: Regulierter Markt/Prime Standard: Frankfurt, Freiverkehr: Hamburg, Stuttgart, Düsseldorf, Hannover, München, Regulierter Markt: Berlin

Sprache: Deutsch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100015076/100701983> abgerufen werden.