



Q1

Quartalsfinanzbericht
Januar bis März 2016



Excellence is our Passion

Kennzahlen Henkel-Konzern

in Mio Euro ¹	1. Q/2015	1. Q/2016	+ / -
Umsatz	4.430	4.456	0,6%
Laundry & Home Care	1.298	1.333	2,7%
Beauty Care	940	950	1,1%
Adhesive Technologies	2.160	2.144	-0,8%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	648	717	10,7%
Bereinigtes² betriebliches Ergebnis (EBIT)	707	751	6,2%
Umsatzrendite (EBIT) in Prozent	14,6	16,1	1,5 pp
Bereinigte² Umsatzrendite (EBIT) in Prozent	16,0	16,8	0,8 pp
Quartalsüberschuss	482	538	11,6%
auf nicht beherrschende Anteile entfallend	12	13	8,3%
auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	470	525	11,7%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,09	1,21	11,0%
Bereinigtes² Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,18	1,27	7,6%
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in Prozent	18,1	19,5	1,4 pp

pp = Prozentpunkte

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

² Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Inhalt

3	Highlights 1. Quartal 2016	22	Konzernzwischenabschluss 1. Quartal 2016
4	Aktuelles	27	Ausgewählte Anhangangaben
4	Die Aktie	32	Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht
5	Berichterstattung 1. Quartal 2016	33	Bericht des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats
16	Quartalsfinanzbericht 2016	34	Mehrjahresübersicht
20	Nachtragsbericht	35	Kontakte / Impressum / Finanzkalender
20	Ausblick		

Highlights 1. Quartal 2016

Finanzdaten

4.456 Mio €

Umsatz

+ 2,9%

organisches Umsatzwachstum
+ 4,7% Laundry & Home Care
+ 2,6% Beauty Care
+ 2,1% Adhesive Technologies

717 Mio €

betriebliches Ergebnis (EBIT)

751 Mio € / **+ 6,2%**

bereinigtes¹ betriebliches Ergebnis (EBIT) /
Steigerung gegenüber Vorjahresquartal

1,21 €

Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)

1,27 € / **+ 7,6%**

bereinigtes¹ Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) /
Steigerung gegenüber Vorjahresquartal

525 Mio €

Quartalsüberschuss auf Aktionäre der
Henkel AG & Co. KGaA entfallend

16,8%

bereinigte¹ Umsatzrendite (EBIT):
plus 0,8 Prozentpunkte
18,2% Laundry & Home Care
16,5% Beauty Care
17,5% Adhesive Technologies

5,4%

Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz

Wichtige Entwicklungen

Wachstumsmärkte mit starker organischer Umsatzsteigerung.

Sehr starke Steigerung der bereinigten Umsatzrendite.

Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie wächst im hohen einstelligen Bereich.

Übernahme von Haarpflegemarken vereinbart und unterzeichnet.

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen (7 Mio Euro) und Erträge (0 Mio Euro) sowie Restrukturierungsaufwendungen (27 Mio Euro).

Aktuelles

Unsere Geschäftsberichte, unsere Quartalsfinanzberichte, aktuelle Daten zu den Henkel-Aktien sowie Nachrichten, Berichte und Präsentationen zum Unternehmen finden Sie auf der Internetseite von Investor Relations:

www.henkel.de/ir

Am 2. März 2016 hat Henkel mit Procter & Gamble eine Vereinbarung über den Erwerb verschiedener Haarpflegemarken in den Regionen Afrika/Nahost und Osteuropa abgeschlossen. Mit der Akquisition baut Henkel seine Präsenz in den Wachstumsmärkten aus und stärkt seine Position in einigen der größten und dynamischsten Märkte in diesen Regionen.

Der bisherige Vorstandsvorsitzende Kasper Rorsted ist am 30. April 2016 auf eigenen Wunsch aus dem Unternehmen ausgeschieden. Als Nachfolger zum 1. Mai 2016 wurde Hans Van Bylen ernannt, der zuvor als Vorstandsmitglied den Unternehmensbereich Beauty Care verantwortete. Am 1. März 2016 wurde Pascal Houdayer Mitglied des Henkel-Vorstands und übernahm zum 1. Mai 2016 die Verantwortung für den Unternehmensbereich Beauty Care.

Die Aktie

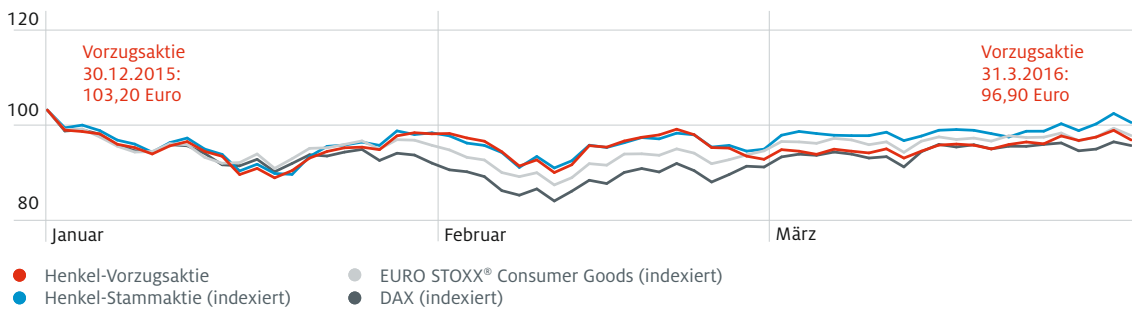
Die für uns relevanten Aktienindizes entwickelten sich im Verlauf des ersten Quartals 2016 negativ. Der DAX schloss mit einem Kurs von 9.966 Punkten und einem Minus von 7,2 Prozent. Ebenfalls negativ entwickelte sich der EURO STOXX® Consumer Goods Index, er verzeichnete ein Minus von 5,2 Prozent.

Der Kurs der Henkel-Vorzugsaktie fiel im ersten Quartal 2016 von 103,20 Euro um 6,1 Prozent auf 96,90 Euro. Die Henkel-Stammaktie verzeichnete mit -2,5 Prozent und einem Schlusskurs von 86,37 Euro einen leichteren Rückgang.

Die Prämie der Vorzugsaktie gegenüber der Stammaktie lag im ersten Quartal bei durchschnittlich 14,9 Prozent.

Entwicklung der Henkel-Aktie im Marktvergleich im ersten Quartal 2016

in Euro (Henkel-Vorzugsaktie)
alle anderen Werte indiziert



Kennzahlen zur Henkel-Aktie im ersten Quartal

in Euro	1. Q/2015	1. Q/2016
Ergebnis je Aktie		
Stammaktie	1,08	1,20
Vorzugsaktie	1,09	1,21
Börsenkurs Quartalsende¹		
Stammaktie	96,18	86,37
Vorzugsaktie	109,55	96,90
Höchster Börsenkurs¹		
Stammaktie	97,63	88,00
Vorzugsaktie	111,00	99,17
Niedrigster Börsenkurs¹		
Stammaktie	78,96	77,00
Vorzugsaktie	87,90	88,95
Marktkapitalisierung¹ in Mrd Euro	44,5	39,7
Stammaktie in Mrd Euro	25,0	22,4
Vorzugsaktie in Mrd Euro	19,5	17,3

¹ Aktienschlusskurse Xetra-Handel.

Berichterstattung 1. Quartal 2016

Geschäftsverlauf im ersten Quartal 2016

Wichtige Kennzahlen¹

in Mio Euro	1. Q/2015	1. Q/2016	+/-
Umsatz	4.430	4.456	0,6%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	648	717	10,7%
Bereinigtes ² betriebliches Ergebnis (EBIT)	707	751	6,2%
Umsatzrendite (EBIT)	14,6%	16,1%	1,5 pp
Bereinigte ² Umsatzrendite (EBIT)	16,0%	16,8%	0,8 pp
Quartalsüberschuss – auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	470	525	11,7%
Bereinigter ² Quartalsüberschuss – auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	510	549	7,6%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,09	1,21	11,0%
Bereinigtes ² Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,18	1,27	7,6%

pp = Prozentpunkte

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.² Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Ertragslage

Im ersten Quartal 2016 erzielten wir einen Umsatzanstieg von 0,6 Prozent auf 4.456 Mio Euro. Bereinigt um negative Wechselkurseffekte in Höhe von 3,4 Prozent verbesserte sich der Umsatz um 4,0 Prozent. Organisch – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – steigerten wir den Umsatz um 2,9 Prozent. Die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) verbesserten wir um 0,8 Prozentpunkte auf 16,8 Prozent. Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie stieg gegenüber dem Vorjahresquartal um 7,6 Prozent.

Umsatzveränderung¹

in Prozent	1. Q/2016
Veränderung zum Vorjahr	0,6
Wechselkurseffekte	-3,4
Bereinigt um Wechselkurseffekte	4,0
Akquisitionen/Divestments	1,1
Organisch	2,9
Davon Preis	0,2
Davon Menge	2,7

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care zeigte eine gute organische Wachstumsrate von 4,7 Prozent, die durch Mengensteigerungen erreicht wurde. Das gute organische Umsatzwachstum des Unternehmensbereichs Beauty Care in Höhe von 2,6 Prozent war überwiegend volumengetrieben. Der

Unternehmensbereich Adhesive Technologies verzeichnete ein gutes organisches Umsatzwachstum von 2,1 Prozent. Auch dieser Anstieg ergab sich zum größeren Teil aus Mengensteigerungen.

Preis- und Mengeneffekte im ersten Quartal 2016

in Prozent	Organisches Umsatzwachstum	Davon Preis	Davon Menge
Laundry & Home Care	4,7	-0,5	5,2
Beauty Care	2,6	0,1	2,5
Adhesive Technologies	2,1	0,7	1,4
Henkel-Konzern	2,9	0,2	2,7

Mit Bezug auf die Beschreibung des Umfangs unserer Geschäftstätigkeiten und unserer Wettbewerbspositionen im Geschäftsbericht 2015 auf Seite 57 kam es im ersten Quartal 2016 zu keinen wesentlichen Veränderungen.

Zur kontinuierlichen Anpassung unserer Strukturen an unsere Märkte und Kunden wandten wir für Restrukturierungen 27 Mio Euro auf (Vorjahresquartal: 54 Mio Euro). Um ein skalierbares Geschäftsmodell zu schaffen, bauen wir unter anderem unsere Shared Services aus und treiben die Zusammenführung unserer Supply-Chain- und Einkaufsaktivitäten in eine integrierte globale Supply-Chain-Organisation weiter voran. Darüber hinaus führen wir die Integration der in den beiden letzten Jahren getätigten Akquisitionen fort.

Überleitung vom Umsatz zum bereinigten betrieblichen Ergebnis¹

in Mio Euro	1. Q/2015	%	1. Q/2016	%	+/-
Umsatzerlöse	4.430	100,0	4.456	100,0	0,6%
Kosten der umgesetzten Leistungen	- 2.253	- 50,9	- 2.283	- 51,2	1,3%
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.177	49,1	2.173	48,8	-0,2%
Marketing- und Vertriebsaufwendungen	- 1.139	- 25,7	- 1.084	- 24,4	- 4,8%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	- 117	- 2,6	- 112	- 2,6	- 4,3%
Verwaltungsaufwendungen	- 226	- 5,0	- 211	- 4,7	- 6,6%
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	12	0,2	- 15	- 0,3	-
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT)	707	16,0	751	16,8	6,2%

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

Im Folgenden werden die um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen bereinigten betrieblichen Aufwands- und Ertragsposten bis zum betrieblichen Ergebnis kommentiert. Die Überleitungsrechnung sowie die Verteilung der Restrukturierungsaufwendungen auf die Kostenzeilen der Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung finden Sie auf Seite 24.

Die Kosten der umgesetzten Leistungen erhöhten sich gegenüber dem ersten Quartal 2016 um 1,3 Prozent auf 2.283 Mio Euro. Das Bruttoergebnis vom Umsatz sank um 0,2 Prozent auf 2.173 Mio Euro. Die Bruttomarge verringerte sich um 0,3 Prozentpunkte auf 48,8 Prozent. Die negativen Auswirkungen der Währungskursveränderungen und des weiterhin starken Preiswettbewerbs konnten durch unsere Einsparungen aus Kostensenkungsmaßnahmen und Effizienzverbesserungen in Produktion und Supply Chain sowie die moderat rückläufigen Preise für direkte Materialien nicht vollständig kompensiert werden.

Die Marketing- und Vertriebsaufwendungen blieben mit 1.084 Mio Euro vor allem währungskursbedingt unter dem Vorjahresquartal. Damit reduzierte sich der Anteil am Umsatz um 1,3 Prozentpunkte auf 24,4 Prozent. Für Forschung und Entwicklung wandten wir insgesamt 112 Mio Euro auf und hielten den Anteil am Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal

bei 2,6 Prozent konstant. Die Verwaltungsaufwendungen in Relation zum Umsatz lagen mit 4,7 Prozent unter dem Niveau des ersten Quartals 2015.

Der Saldo aus Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen lag mit -15 Mio Euro unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Der Rückgang resultierte aus niedrigeren Gewinnen aus Anlagenabgängen.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 6,2 Prozent von 707 Mio Euro auf 751 Mio Euro. Wir haben die bereinigte Umsatzrendite des Konzerns von 16,0 auf 16,8 Prozent erneut steigern können. Eine hervorragende Margenverbesserung zeigte der Unternehmensbereich Laundry & Home Care mit einer Steigerung von 17,1 auf 18,2 Prozent. Im Unternehmensbereich Beauty Care erzielten wir eine sehr starke Margenverbesserung von 15,9 auf 16,5 Prozent. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies erreichte eine hervorragende Margenverbesserung mit einer Steigerung von 16,4 auf 17,5 Prozent. In allen Unternehmensbereichen trug die gute Umsatzentwicklung bei konsequentem Kostenmanagement zur Margensteigerung bei.

Das Finanzergebnis verbesserte sich von -9 Mio Euro im ersten Quartal 2015 auf -7 Mio Euro im ersten Quartal 2016. Die Verbesserung des Finanzergebnisses ist insbesondere auf die im November 2015

erfolgte Rückzahlung der Hybrid-Anleihe zurückzuführen. Die Steuerquote betrug 24,2 Prozent (bereinigt: 24,5 Prozent).

Der Quartalsüberschuss stieg um 11,6 Prozent von 482 Mio Euro auf 538 Mio Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 13 Mio Euro lag der Quartalsüberschuss bei 525 Mio Euro (im ersten Quartal 2015: 470 Mio Euro). Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 549 Mio Euro gegenüber 510 Mio Euro im Vorjahresquartal. Das Ergebnis je Vorzugsaktie stieg von 1,09 Euro auf 1,21 Euro. Bereinigt lag es bei 1,27 Euro gegenüber 1,18 Euro im ersten Quartal 2015.

Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf

Im Rahmen des Berichts über das Geschäftsjahr 2015 haben wir für das Geschäftsjahr 2016 die Prognose abgegeben, dass wir ein organisches Umsatzwachstum von 2 bis 4 Prozent erwarten. Darüber hinaus erwarten wir einen leichten Anstieg des Umsatzanteils unserer Wachstumsmärkte. Für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) haben wir eine Steigerung auf etwa 16,5 Prozent prognostiziert. Die bereinigte Umsatzrendite der einzelnen Unternehmensbereiche wird auf oder über dem Niveau des Vorjahres liegen. Wir erwarten einen Anstieg des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie zwischen 8 und 11 Prozent.

Wir bestätigen diese Prognose für das Geschäftsjahr 2016.

Vergleich Prognose und Ergebnisse 2016

	Prognose für 2016	Ergebnisse 1. Quartal 2016
Organisches Umsatzwachstum	Henkel-Konzern: 2–4 Prozent	Henkel-Konzern: 2,9 Prozent
	Alle Unternehmensbereiche jeweils in dieser Bandbreite	Laundry & Home Care: 4,7 Prozent Beauty Care: 2,6 Prozent Adhesive Technologies: 2,1 Prozent
Umsatzanteil der Wachstumsmärkte	Leichter Anstieg gegenüber Vorjahresniveau	Leichter Rückgang gegenüber Vorjahresniveau
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT)	Steigerung auf etwa 16,5 Prozent	Steigerung auf 16,8 Prozent
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie	Steigerung um 8–11 Prozent	Steigerung um 7,6 Prozent

Regionale Entwicklung

Eckdaten nach Regionen¹ im ersten Quartal 2016

in Mio Euro	West- europa	Ost- europa	Afrika/ Nahost	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Corporate ²	Konzern
Umsatz Januar – März 2016	1.528	629	349	926	247	747	30	4.456
Umsatz Januar – März 2015	1.531	625	350	885	274	732	32	4.430
Veränderung gegenüber Vorjahr	-0,2%	0,6%	-0,3%	4,6%	-9,7%	2,0%	-	0,6%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	0,1%	10,8%	3,5%	3,1%	11,9%	5,3%	-	4,0%
Organisch	-0,5%	10,9%	3,5%	2,4%	8,3%	2,2%	-	2,9%
Anteil am Konzernumsatz Januar – März 2016	34%	14%	8%	21%	5%	17%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz Januar – März 2015	35%	14%	8%	20%	6%	16%	1%	100%
Betriebliches Ergebnis (EBIT) Januar – März 2016	342	75	40	155	36	94	-25	717
Betriebliches Ergebnis (EBIT) Januar – März 2015	308	76	44	129	28	85	-22	648
Veränderung gegenüber Vorjahr	11,1%	-0,7%	-9,1%	20,7%	30,5%	10,2%	-	10,7%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	11,4%	10,0%	-4,0%	18,1%	64,5%	15,6%	-	12,7%
Umsatzrendite (EBIT) Januar – März 2016	22,4%	12,0%	11,4%	16,8%	14,6%	12,6%	-	16,1%
Umsatzrendite (EBIT) Januar – März 2015	20,1%	12,1%	12,5%	14,6%	10,1%	11,7%	-	14,6%

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

² Corporate = Umsätze und Leistungen, die nicht den Regionen und den Unternehmensbereichen zugeordnet werden können.

Im Folgenden kommentieren wir die berichteten Ergebnisse:

In einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld blieb der Umsatz in **Westeuropa** organisch um 0,5 Prozent unter dem Wert des Vorjahresquartals. Die gute Entwicklung in Südeuropa sowie das Wachstum in Frankreich konnten die leicht rückläufige Entwicklung in Deutschland nicht kompensieren.

Das betriebliche Ergebnis der Region verbesserten wir – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 11,4 Prozent. Die Umsatzrendite der Region stieg um 2,3 Prozentpunkte auf 22,4 Prozent.

In der Region **Osteuropa** steigerten wir den Umsatz organisch um 10,9 Prozent. Hierzu trugen vor allem unsere Geschäfte in Russland und in der Türkei bei.

Das betriebliche Ergebnis der Region erhöhte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 10,0 Prozent. Die Umsatzrendite der Region reduzierte sich um 0,1 Prozentpunkte auf 12,0 Prozent.

In der Region **Afrika/Nahost** war unser Wachstum weiterhin durch die politischen Unruhen in einigen Ländern beeinflusst; trotzdem erzielten wir im ersten Quartal 2016 mit 3,5 Prozent ein gutes organisches Umsatzwachstum.

Das betriebliche Ergebnis der Region reduzierte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 4,0 Prozent. Die Umsatzrendite reduzierte sich um 1,1 Prozentpunkte auf 11,4 Prozent.

Der Umsatz in der Region **Nordamerika** erhöhte sich organisch um 2,4 Prozent. Hierzu trugen alle drei Unternehmensbereiche bei.

Wir konnten das betriebliche Ergebnis der Region – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 18,1 Prozent steigern. Die Umsatzrendite der Region lag mit 16,8 Prozent über dem Wert des Vorjahresquartals von 14,6 Prozent.

Den Umsatz in der Region **Lateinamerika** steigerten wir organisch um 8,3 Prozent. Insbesondere die Geschäftsentwicklung in Mexiko trug zu dieser sehr starken Verbesserung bei.

Das betriebliche Ergebnis steigerten wir – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 64,5 Prozent. Die Umsatzrendite der Region erhöhte sich um 4,5 Prozentpunkte auf 14,6 Prozent.

Der Umsatz der Region **Asien/Pazifik** konnte trotz der nachlassenden Wachstumsdynamik in China organisch um 2,2 Prozent wachsen. Der Umsatz in China entwickelte sich positiv.

Das betriebliche Ergebnis stieg – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 15,6 Prozent. Die Umsatzrendite verbesserte sich gegenüber dem Vorjahresquartal um 0,9 Prozentpunkte auf 12,6 Prozent.

Unser Umsatz in den **Wachstumsregionen** Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) reduzierte sich aufgrund von negativen Währungseffekten um 1,8 Prozent auf 1.837 Mio Euro. Der Anteil der Wachstumsregionen am Konzernumsatz lag im ersten Quartal 2016 mit 41 Prozent währungskursbedingt leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Das organische Wachstum war mit 6,3 Prozent erneut stark. Alle Unternehmensbereiche trugen zu dieser Steigerung bei.

Laundry & Home Care

Wichtige Kennzahlen¹

in Mio Euro	1. Q/2015	1. Q/2016	+/-
Umsatz	1.298	1.333	+2,7%
Anteil am Konzernumsatz	29%	30%	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	192	236	+23,3%
Bereinigtes ² betriebliches Ergebnis (EBIT)	222	243	+9,5%
Umsatzrendite (EBIT)	14,8%	17,7%	+2,9pp
Bereinigte ² Umsatzrendite (EBIT)	17,1%	18,2%	+1,1pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	21,0%	23,6%	+2,6pp

pp = Prozentpunkte

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

² Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** erreichte im ersten Quartal ein gutes organisches Umsatzwachstum. Das bereinigte betriebliche Ergebnis zeigte ein sehr starkes Wachstum gegenüber dem Vorjahresquartal. Gleichzeitig verzeichnete die bereinigte Umsatzrendite einen hervorragenden Anstieg auf 18,2 Prozent. Damit konnte Laundry & Home Care seinen profitablen Wachstumskurs auch im ersten Quartal 2016 erfolgreich fortsetzen.

Im Folgenden kommentieren wir die organische Umsatzentwicklung:

Umsatzveränderung¹

in Prozent	1. Q/2016
Veränderung zum Vorjahr	2,7
Wechselkurseffekte	-3,8
Bereinigt um Wechselkurseffekte	6,5
Akquisitionen/Divestments	1,8
Organisch	4,7
Davon Preis	-0,5
Davon Menge	5,2

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Organisch – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – konnten wir den Umsatz gegenüber dem ersten Quartal des Vorjahres um 4,7 Prozent steigern. Dieses Wachstum lag erneut über dem unserer relevanten Märkte, so dass wir unsere Marktanteile weiter ausbauen konnten.

Haupttreiber für das gute organische Umsatzwachstum waren unsere Wachstumsmärkte. Sowohl die Geschäfte in Osteuropa als auch in Asien (ohne Japan) trugen mit einem zweistelligen Wachstum dazu bei. Die Region Afrika/Nahost war weiterhin gekennzeichnet durch ein schwieriges Marktumfeld und erreichte trotz der herausfordernden Rahmenbedingungen ein starkes Wachstum. Der Umsatz in der Region Lateinamerika entwickelte sich gut.

Die reifen Märkte verzeichneten ein positives Umsatzwachstum. In der Region Westeuropa erreichten wir in einem wettbewerbsintensiven Umfeld eine posi-

Innovation



Dylon – Dyes of London

Die Marke Dylon, international führend für Textilfarbe, die nach der Spotless-Akquisition in das Henkel-Portfolio integriert wurde, expandiert in neue Märkte, beginnend mit der Einführung in Deutschland und mit einem Relaunch in Österreich. Dylon All-in-1-Textilfarbe ermöglicht es Konsumenten, die Farben von Textilien wieder neu erstrahlen zu lassen oder entsprechend den neuesten Trends zu ändern. Das All-in-1-Produkt überzeugt durch die einfache Anwendung sowie ein breites Spektrum intensiver Farben. www.dylon.de

Weitere Informationen zu den Produktneuheiten des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care finden Sie im Internet: www.henkel.de/produkte-marken

tive Umsatzentwicklung. Auch der Umsatz in der Region Nordamerika hat sich im Vergleich zum Vorjahresquartal positiv entwickelt.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) konnten wir im Vergleich zum Vorjahresquartal um 9,5 Prozent auf 243 Mio Euro steigern. Bei der bereinigten Umsatzrendite verzeichneten wir im Vergleich zum ersten Quartal 2015 einen hervorragenden Anstieg um 1,1 Prozentpunkte auf 18,2 Prozent. Durch die Auswirkungen des intensiven Promotions- und Preiswettbewerbs sowie negativer Wechselkurseffekte lag die Bruttomarge trotz fortgesetzter Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung in Produktion und Supply Chain unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) lag, getrieben vom betrieblichen Ergebnis, mit 23,6 Prozent über dem Niveau des Vorjahresquartals. Das Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz verbesserte sich gegenüber dem ersten Quartal 2015. Der Wert lag mit -4,3 Prozent weiterhin auf einem niedrigen Niveau.

Zahlreiche Innovationen stärkten unsere beiden Geschäftsfelder:

Im Geschäftsfeld *Waschmittel* (Laundry Care) erzielten wir im ersten Quartal ein gutes organisches Wachstum. Im Wesentlichen haben unsere Universalwaschmittel, insbesondere unsere Kernmarke Persil, zu dieser guten Entwicklung beigetragen. Unsere Waschhilfsmittel trugen ebenfalls zu diesem guten Ergebnis bei.

Im Bereich der Premium-Waschmittel haben wir, aufbauend auf der erfolgreichen Einführung von Persil Pro Clean in den USA, nun auch mit dem Vertrieb von Persil Pro Clean in Kanada begonnen. In den USA bieten wir unter der Marke Persil Pro Clean zusätzlich eine Variante mit dem Duft „Fresh Linen“ an.

In der Region Afrika/Nahost haben wir unter Persil Black Abaya eine neue, einzigartige Rezeptur eingeführt. Persil Black Abaya ist das erste Waschmittel, das über eine UV-absorbierende Formel verfügt. Es schützt somit schwarze Kleidung vor dem Ausbleichen durch Sonnenlicht sowie während des Waschens. Die Innovation wurde in allen Golfstaaten eingeführt, unter anderem in Katar, Kuwait und Oman, sowie in Jordanien.

Auch den Bereich der Waschhilfsmittel haben wir gestärkt. So haben wir die Vermarktung der Marke Dylon, international führend für Textilfarbe, in weiteren Ländern gestartet – im ersten Quartal in Deutschland. Dylon All-in-1-Textilfarbe ermöglicht es Konsumenten, die Farbe von Textilien wieder neu erstrahlen zu lassen oder entsprechend den neuesten Trends zu ändern. Das Produkt überzeugt durch die einfache Anwendung sowie ein breites Spektrum intensiver Farben.

Die Farbfangtücher Colour Catcher haben wir mit der neuen „6 Protect“-Formel in Frankreich, Italien, Benelux und Ungarn eingeführt. Die Colour Catcher besitzen eine wasserlösliche Schicht, die Aktivstoffe zur Fleckentfernung enthält und somit die Waschleistung schon bei 30 Grad Celsius unterstützt. Das neue „6 Protect“ ermöglicht es, nicht nur bunte Wäsche in der Waschmaschine zu mischen, sondern diese auch vor Verfärbungen, Verblässen oder Vergrauung zu schützen. Zudem verhindert das neue „6 Protect“ Schmutzrückstände auf der Kleidung.

Das Geschäftsfeld *Reinigungsmittel* (Home Care) verzeichnete im ersten Quartal ebenfalls ein gutes organisches Wachstum. Zu den Wachstumstreibern gehörten unsere WC-Produkte sowie unsere Handgeschirrspülmittel.

Im Bereich der Handgeschirrspülmittel haben wir in Frankreich Mir Secrets de Nature im umweltverträglichen Standbeutel eingeführt. Dies verstärkt die Positionierung der Eco-Variante Mir Secrets de Nature, denn die Verpackung verbraucht 50 Prozent weniger Material als herkömmliche Verpackungen. Eco-Handgeschirrspülmittel machen in Frankreich das drittgrößte Segment dieser Marktkategorie aus.

Im Markt für Maschinengeschirrspülmittel haben wir unter der Marke Somat einen neuen Maschinen-Reiniger in West- und Osteuropa eingeführt. Der neue Somat Maschinen-Reiniger ist der einzige Maschinen-Reiniger auf dem Markt, der bei voll beladenem Geschirrspüler während eines Spülvorgangs verwendet werden kann. Die Innovation spart Wasser und Energie und leistet damit einen Beitrag zum Umweltschutz. Der neue Somat Maschinen-Reiniger bekämpft wirksam Fett und Kalk im gesamten Geschirrspüler – bis hin zu den Sprüharmen und Filtern.

Top-Marken

Persil

Purex



Beauty Care

Wichtige Kennzahlen¹

in Mio Euro	1. Q/2015	1. Q/2016	+/-
Umsatz	940	950	+1,1%
Anteil am Konzernumsatz	21%	21%	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	133	143	+7,5%
Bereinigtes ² betriebliches Ergebnis (EBIT)	150	157	+5,0%
Umsatzrendite (EBIT)	14,1%	15,0%	+0,9pp
Bereinigte ² Umsatzrendite (EBIT)	15,9%	16,5%	+0,6pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	20,1%	20,6%	+0,5pp

pp = Prozentpunkte

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

² Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Der Unternehmensbereich **Beauty Care** erzielte im ersten Quartal ein gutes organisches Umsatzwachstum. Gleichzeitig verzeichnete der bereinigte EBIT ein starkes Wachstum; und die bereinigte Umsatzrendite zeigte einen sehr starken Anstieg auf 16,5 Prozent. Unseren langjährigen profitablen Wachstumskurs konnten wir somit erfolgreich fortsetzen.

Im Folgenden kommentieren wir die organische Umsatzentwicklung:

Organisch – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – konnten wir den Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um

Umsatzveränderung¹

in Prozent	1. Q/2016
Veränderung zum Vorjahr	1,1
Wechselkurseffekte	-2,6
Bereinigt um Wechselkurseffekte	3,7
Akquisitionen/Divestments	1,1
Organisch	2,6
Davon Preis	0,1
Davon Menge	2,5

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

2,6 Prozent steigern. Damit entwickelten wir uns abermals besser als unsere relevanten Märkte und konnten unsere Marktanteile weiter steigern.

Aus regionaler Sicht entwickelte sich unser Geschäft in den Wachstumsmärkten mit einer sehr starken Wachstumsrate weiterhin erfolgreich. Insbesondere die Region Osteuropa trug mit zweistelligem Umsatzwachstum zu diesem guten Ergebnis bei. In Lateinamerika und in Asien (ohne Japan) konnten wir ein positives Wachstum erzielen. Die Region Afrika/Nahost zeigte eine gute Umsatzentwicklung.

Der Umsatz in den reifen Märkten entwickelte sich positiv gegenüber dem Vorjahresquartal. Hierzu trug insbesondere die Region Nordamerika mit einem sehr starken Wachstum bei. In den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik konnten wir ein positives Wachstum erzielen. Bedingt durch weiterhin intensiven Verdrängungswettbewerb und starken Preis-

Innovation



Syoss Gloss Sensation

Gloss Sensation ist Syoss' erste Ammoniak-freie Intensivtönung. Für ein leuchtendes Farbergebnis, sensationellen Glanz und optimale Grauabdeckung werden Mikro-Farbpartikel sanft in das Haar eingebracht und mit einem schützenden Glanz-Mantel versiegelt. Syoss Gloss Sensation ist eine schonende Alternative – für sichtbar verbesserte Haarqualität und bis zu zweimal mehr Leuchtkraft und Glanz (im Vergleich zu unbehandeltem Haar).

 www.syoss.de

Weitere Informationen zu den Produktneuheiten des Unternehmensbereichs Beauty Care finden Sie im Internet: www.henkel.de/produkte-marken

druck lag der Umsatz in der Region Westeuropa unter dem ersten Quartal 2015.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis steigerten wir abermals deutlich auf 157 Mio Euro. Die bereinigte Umsatzrendite erreichte 16,5 Prozent. Durch die Auswirkungen des intensiven Promotions- und Preiswettbewerbs sowie negativer Wechselkurseffekte lag die Bruttomarge trotz fortgesetzter Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung in Produktion und Supply Chain unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) lag getrieben vom betrieblichen Ergebnis mit 20,6 Prozent über dem Niveau des ersten Quartals 2015. Das Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz lag mit 3,2 Prozent auf dem niedrigen Niveau des Vorjahres.

Zahlreiche Innovationen stärkten unsere beiden Geschäftsfelder:

Unser *Markenartikelgeschäft* erzielte im ersten Quartal eine gute Umsatzentwicklung. Diese wurde unterstützt durch erfolgreiche Innovationen, mit denen wir unsere Marktpositionen weiter ausbauen konnten.

Im strategisch wichtigen Bereich Haarcolorationen setzten wir starke Umsatzimpulse. Mit Syoss Gloss Sensation, der ersten Ammoniak-freien Intensivtönung der Marke Syoss, wird eine schonende Alternative zu klassischen Colorationen geboten. Die Eiskristall-Blondtöne von Schwarzkopf Blonde erlauben in einem Schritt eine Aufhellung um bis zu vier Stufen und einzigartige Pastellreflexe. Weiterhin bietet Schwarzkopf Palette mit Intensive Color Creme eine intensiv pflegende Haarmaske mit Keratin-Komplex für eine langanhaltende Farbtintensität und gepflegtes, gesund aussehendes Haar.

Im Bereich Haarpflege wurde unser Geschäft unterstützt durch die Einführung des neuen Schauma Sanddorn mit natürlichem Sanddorn-Extrakt: für mehr Vitalität und gesund aussehendes Haar. Außerdem wurde die Syoss-Linie Ceramide Complex speziell für schwaches und brüchiges Haar eingeführt. Dank des innovativen Ceramide-Keratin-Komplexes schenkt es dem Haar bis zu zehnmals mehr Kraft.

Im Bereich Styling konnte Taft seine Marktposition mit der neuen Linie Taft Fülle weiter stärken. Die Formeln verleihen spürbar volles, sichtbar texturiertes und griffiges Haar. Unsere Trendmarke Got2b

setzte mit Got2b Vorspiel, dem ersten Einzelhandelsprodukt speziell für Flechtfrisuren, innovative Impulse. Die Syoss-Linie Volume Lift sorgt dank verbesserter Formel mit Lift-Technologie und Collagen für 100 Prozent Volumen und 48 Stunden Styling-Kontrolle.

Im Bereich Körperpflege profitierten wir von dem Erfolg der neuen Fa-Duschgele Coconut Water und Coconut Milk mit Kokosnuss-Extrakt für eine perfekte Kombination aus Pflege und Erfrischung. Die Entwicklung des Geschäfts in Nordamerika wurde durch die Einführung der Seife Dial Advanced Bar gestärkt. Zusätzlich wurde der Deodorant-Stick Right Guard Xtreme Odor Combat eingeführt, der Körpergeruch bis zu 96 Stunden bekämpft.

Im Bereich Hautpflege haben wir unser Basis-Sortiment Diadermine Essentials mit einem Relaunch gestärkt. Außerdem erweiterten wir unser Sortiment für die Altersgruppe ab 60 Jahren mit der Innovation Diadermine Nutrition Expert 3D speziell für die trockene reife Haut.

Die Entwicklung des Bereichs Mundpflege wurde mit der neuen Linie Vademecum Sensitive Complete 3 vorangetrieben. Darüber hinaus bieten die neuen Theramed-Zahncremes mit einem innovativen, zwölf Stunden anhaltenden Zuckersäure-Schutzschild Kariesschutz für Kinder ab sechs Jahren.

Unser *Friseurgeschäft* zeigte im ersten Quartal 2016 ein gutes Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahresquartal trotz eines weiterhin negativen Marktumfeldes. Neue, starke Wachstumsimpulse setzten wir mit unseren Innovationen im professionellen Farb- und Haarpflegebereich.

Das neue Schwarzkopf Professional BC Bonacure Repair Rescue mit der patentierten Reversilane-Technologie stellt die Haarfasern langanhaltend wieder her, während die Haaroberfläche mit einem Schutzschild versiegelt wird. Zudem präsentiert Schwarzkopf Professional im größten Marktsegment Haarfarben mit Igora Royal Nude Tones die ersten Nude-Töne fürs Haar. Unter der Marke Alterna haben wir die innovative Premium-Pflegeserie Alterna Caviar Moisture Intense eingeführt. Sie verleiht besonders trockenem Haar intensive Feuchtigkeit und stellt Glanz, Geschmeidigkeit und Elastizität jugendlichen Haars wieder her.

Top-Marken


Schwarzkopf



syoss

Adhesive Technologies

Wichtige Kennzahlen¹

in Mio Euro	1. Q/2015	1. Q/2016	+ / -
Umsatz	2.160	2.144	-0,8%
Anteil am Konzernumsatz	49%	48%	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	345	364	+5,5%
Bereinigtes ² betriebliches Ergebnis (EBIT)	353	376	+6,4%
Umsatzrendite (EBIT)	16,0%	17,0%	+1,0pp
Bereinigte ² Umsatzrendite (EBIT)	16,4%	17,5%	+1,1pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	17,5%	18,7%	+1,2pp

pp = Prozentpunkte

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

² Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erzielte im ersten Quartal ein gutes organisches Umsatzwachstum. Das bereinigte betriebliche Ergebnis wies einen starken Anstieg gegenüber dem Vorjahresquartal auf. Die bereinigte Umsatzrendite verzeichnete eine hervorragende Entwicklung und lag bei 17,5 Prozent.

Im Folgenden kommentieren wir die organische Umsatzentwicklung:

Das organische Umsatzwachstum – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/

Umsatzveränderung¹

in Prozent	1. Q/2016
Veränderung zum Vorjahr	-0,8
Wechselkurseffekte	-3,6
Bereinigt um Wechselkurseffekte	2,8
Akquisitionen/Divestments	0,7
Organisch	2,1
Davon Preis	0,7
Davon Menge	1,4

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Divestments – betrug 2,1 Prozent. Dieser Anstieg ergab sich zum größeren Teil aus Mengensteigerungen.

Unsere Geschäfte in den Wachstumsmärkten entwickelten sich mit einer guten Wachstumsrate weiterhin erfolgreich. Die Region Lateinamerika erzielte ein zweistelliges Umsatzwachstum. In der Region Osteuropa erreichten wir – trotz der schwierigen politischen Lage in einigen Ländern – ein sehr starkes Umsatzwachstum. In Asien (ohne Japan) entwickelte sich der Umsatz positiv. Die Umsatzentwicklung in China hat sich stabilisiert und war nur noch leicht negativ. In der Region Afrika/Nahost erreichte der Umsatz nicht das Niveau des ersten Quartals 2015.

In den reifen Märkten entwickelte sich unser Umsatz insgesamt stabil. Die Geschäfte in Nordamerika erzielten ein positives Umsatzwachstum. In den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik sowie in der

Innovation



Pattex Neue Fuge

Mit Pattex Neue Fuge erstrahlen Badezimmerfugen in neuem Glanz – ohne die alten Silikonabdichtungen aufwendig zu entfernen und neu zu verlegen. Das Spezialsilikon kann in nur einem Schritt auf die alten Fugen aufgetragen werden und verhindert die Ausbreitung von Schimmel. Das praktische Flaschendesign mit integriertem Glättwerkzeug sorgt für eine leichte Anwendung ohne Kartusche und Ausbesserung. Das Produkt gibt es weltweit unter verschiedenen Markennamen. www.bit.do/pattex-neue-fuge

Weitere Informationen zu den Produktneuheiten des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies finden Sie im Internet: www.henkel.de/produkte-marken

Region Westeuropa blieb der Umsatz hingegen leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) verzeichnete einen starken Anstieg und erreichte 376 Mio Euro. Die bereinigte Umsatzrendite lag bei 17,5 Prozent und zeigte mit einem Zuwachs von 1,1 Prozentpunkten eine hervorragende Entwicklung gegenüber dem ersten Quartal 2015. Durch fortgesetzte Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung in Produktion und Supply Chain ist es uns gelungen, die Bruttomarge zu erhöhen. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) konnte, getrieben vom betrieblichen Ergebnis, um 1,2 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahresquartal gesteigert werden und lag bei 18,7 Prozent. Das Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz konnten wir gegenüber dem ersten Quartal 2015 verbessern. Der Wert lag mit 13,0 Prozent unter dem bereits niedrigen Niveau des Vorjahresquartals.

Im Geschäftsfeld *Verpackungs- und Konsumgüterklebstoffe* verzeichneten wir eine gute Umsatzentwicklung. Unsere Geschäfte mit Kaschierklebstoffen für Lebensmittelverpackungen leisteten hierzu einen wichtigen Beitrag. Weitere Wachstumsimpulse setzten wir mit einer Loctite-Innovation für flexible Verpackungen, wie sie beispielsweise im Bereich Tierfutter eingesetzt werden. Mit dieser Innovation bieten wir erstmals ein Klebstoffsystem sowohl für die innere als auch die äußere Schicht von flexiblen Verpackungen an und sorgen damit für weitere Effizienzsteigerungen bei unseren Kunden.

Das Geschäftsfeld *Transport und Metall* erzielte das höchste Umsatzwachstum aller Geschäftsfelder des Unternehmensbereichs und zeigte eine starke Umsatzentwicklung, insbesondere in den Bereichen Dichtstoffe und funktionale Beschichtungen sowie Kleb-

stoffe für die Automobilindustrie. Unsere Service Center für die Imprägnierung von Metallgussteilen bieten maßgeschneiderte Lösungen für unsere Kunden in der Automobilindustrie. Durch den Erwerb der Magna-Tech-Gesellschaften im Dezember 2015 haben wir unser globales Netzwerk in diesem Markt um Standorte in den USA, Kanada und Mexiko erweitert.

Das Geschäftsfeld *Allgemeine Industrie* verzeichnete eine positive Umsatzentwicklung, die vor allem durch den Bereich Fahrzeugreparatur und Instandhaltung getrieben wurde. Einen wichtigen Beitrag leistet hierbei unser umfangreiches Produktportfolio unter der Marke Teroson, das wir seit 90 Jahren kontinuierlich ausbauen und verbessern.

Im Geschäftsfeld *Elektronik* entwickelte sich der Umsatz insgesamt rückläufig. Dabei konnten die Umsätze in den Bereichen Mobile Elektronische Geräte & Displays sowie Industrieelektronik nicht das Niveau des Vorjahresquartals erreichen. Demgegenüber konnten wir unter anderem die Umsätze mit wärmeableitenden Produkten für die Elektronikindustrie steigern. Weitere Wachstumsimpulse setzten wir mit einem neuen wärmeleitfähigen Schmelzklebstoff der Marke Technomelt, mit dem wir Kunden einen verbesserten Einsatz bei LED-Treibern, Solarwechselrichtern und in der Automobilelektronik ermöglichen.

Das Geschäftsfeld *Klebstoffe für Konsumenten, Handwerk und Bau* zeigte eine positive Umsatzentwicklung. Wachstumstreiber waren insbesondere unsere Geschäfte mit energieeffizienten Produkten für die Bauindustrie. Im Bereich Do-it-yourself bieten wir Konsumenten mit Pattex Neue Fuge eine innovative Lösung für die einfache und schnelle Erneuerung von Badezimmerfugen.

Top-Marken

LOCTITE

TECHNOMELT

TEROSON

Quartalsfinanzbericht 2016

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Beschreibung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen beruht auf Angaben von IHS Global Insight.

Die Weltwirtschaft ist in den ersten drei Monaten 2016 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um etwa 2,5 Prozent gewachsen. Die Industrieproduktion schwächte sich etwas ab und legte im selben Zeitraum um etwa 2 Prozent zu. Der private Konsum entwickelte sich mit einem Plus von etwa 2,5 Prozent moderat.

Die reifen Märkte zeigten ein robustes wirtschaftliches Wachstum. Dabei wuchs die nordamerikanische Wirtschaft laut IHS in den ersten drei Monaten 2016 um etwa 2 Prozent. Sowohl die westeuropäische als auch die deutsche Wirtschaft wuchsen moderat um etwa 1,5 Prozent.

Die Wachstumsregion Asien (ohne Japan) erzielte in den ersten drei Monaten 2016 ein Wachstum von rund 6 Prozent. Im Vergleich zum ersten Quartal 2015 ist die Wirtschaftsleistung in Lateinamerika um etwa 2 Prozent gesunken, während die Wirtschaft in Osteuropa stagnierte.

Zum US-Dollar wertete der Euro in den ersten drei Monaten 2016 gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 1,13 auf 1,10 US-Dollar ab. Weltweit sind die Verbraucherpreise um etwa 3 Prozent gestiegen. Die weltweite Arbeitslosenquote lag bei etwa 6,5 Prozent.

Für Henkel wichtige Branchen

Der Anstieg der privaten Konsumausgaben blieb in den ersten drei Monaten 2016 mit etwa 2,5 Prozent moderat. Die Verbraucher in Nordamerika steigerten ihre Ausgaben im Vergleich zu den ersten drei Monaten 2015 um etwa 3 Prozent; in Westeuropa wuchsen

die Konsumausgaben um rund 2 Prozent. Der Konsum in den Wachstumsmärkten zeigte gemäß IHS in den ersten drei Monaten ein Plus von etwa 3 Prozent.

Die Industrieproduktion lag in den ersten drei Monaten des Jahres 2016 mit etwa 2 Prozent unter dem Niveau des gesamtwirtschaftlichen Wachstums. Das Produktionswachstum im Transportsektor lag in den ersten drei Monaten 2016 bei etwa 2 Prozent; die Automobilindustrie lag mit einem Wachstum von etwa 2,5 Prozent leicht darüber. Während IHS für die Elektronikbranche eine Steigerung um 3,5 Prozent berichtete, verharrte die Metallbranche auf dem Vorjahresniveau. Verhalten war die Entwicklung in konsumnahen Branchen wie der globalen Verpackungsindustrie, die eine moderate Steigerung von rund 2 Prozent zeigte.

Die weltweite Bauproduktion wuchs in den ersten drei Monaten dieses Jahres um etwa 3 Prozent.

Auswirkungen auf Henkel

Im Umfeld eines moderaten privaten Konsumklimas zeigten unsere Konsumentengeschäfte organisch eine gute Entwicklung.

Das organische Umsatzwachstum des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies lag in den Monaten Januar bis März 2016 mit 2,1 Prozent auf dem Niveau der Industrieproduktion.

Unsere Bruttomarge lag unter dem Niveau des Vorjahres. Die negativen Auswirkungen der Währungskursveränderungen und des weiterhin starken Preiswettbewerbs konnten durch unsere Einsparungen aus Kostensenkungsmaßnahmen und Effizienzverbesserungen in Produktion und Supply Chain sowie durch die moderat rückläufigen Preise für direkte Materialien nicht vollständig kompensiert werden.

Ertragslage

Zur Kommentierung der Ertragslage verweisen wir auf das Kapitel zum Geschäftsverlauf im ersten Quartal 2016 ab Seite 5.

Vermögenslage

Im Vergleich zum Jahresende 2015 stieg die Bilanzsumme um 0,8 Mrd Euro auf 23,1 Mrd Euro.

Im **langfristigen Vermögen** verringerten sich die Immateriellen Vermögenswerte im Wesentlichen aufgrund von Währungseffekten um 335 Mio Euro. Innerhalb des aufgrund von Währungseffekten gesunkenen Sachanlagevermögens standen Investitionen in Höhe von 90 Mio Euro Abschreibungen von 86 Mio Euro gegenüber.

Das **kurzfristige Vermögen** stieg von 6,9 Mrd Euro auf 7,9 Mrd Euro. Im Wesentlichen wirkten sich hier höhere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie ein Anstieg der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente aus. Letzterer betrug dabei im Berichtszeitraum 757 Mio Euro.

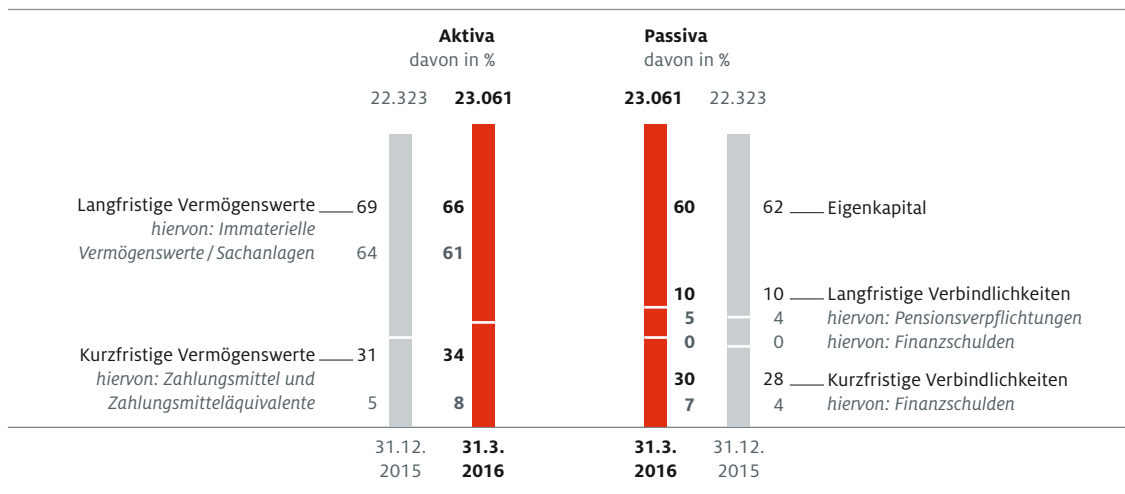
Das **Eigenkapital** einschließlich der nicht beherrschenden Anteile verringerte sich gegenüber dem Ende des Geschäftsjahres 2015 um 17 Mio Euro auf 13.794 Mio Euro. Die einzelnen Einflüsse auf die Eigenkapitalentwicklung stellen wir auf Seite 25 tabellarisch dar. Eigenkapitalerhöhend wirkte sich der Quartalsüberschuss in Höhe von 538 Mio Euro aus. Gegenläufig wirkten sich insbesondere negative Währungseffekte in Höhe von 361 Mio Euro sowie negative Effekte aus der Neubewertung der Nettoschuld aus leistungsorientierten Pensionsplänen in Höhe von 180 Mio Euro aus. Die Eigenkapitalquote ist im Vergleich zum Jahresende 2015 währungsbedingt um 2,1 Prozentpunkte auf 59,8 Prozent gesunken.

Die **langfristigen Verbindlichkeiten** sind leicht um 0,1 Mrd Euro auf 2,3 Mrd Euro gestiegen. Unsere Pensionsverpflichtungen sind infolge der niedrigeren Diskontierungszinssätze gegenüber dem Jahresende 2015 gestiegen. Dieser Anstieg wurde durch unsere Zuführungen an Pensionsfonds gemildert.

Die **kurzfristigen Verbindlichkeiten** sind um 0,6 Mrd Euro auf 7 Mrd Euro gestiegen. Hier wirkte sich im Wesentlichen die Erhöhung der Finanzschulden infolge der Aufnahme von Commercial Paper aus.

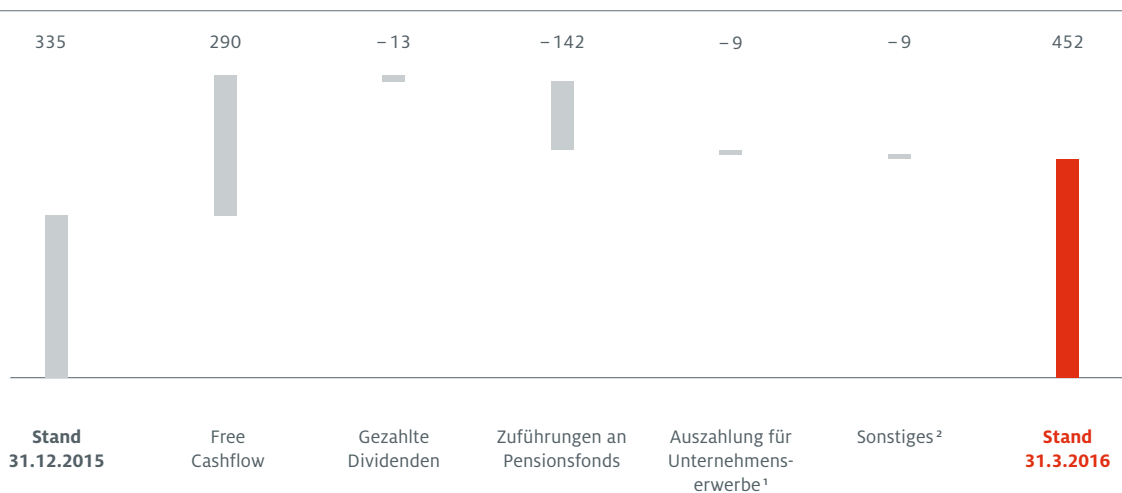
Bilanzstruktur

in Mio Euro



Nettofinanzposition

in Mio Euro



¹ Einschließlich Auszahlungen für den Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen bei bestehender Kontrolle.

² Im Wesentlichen Währungskurseffekte.

Unsere **Nettofinanzposition**¹ beläuft sich zum 31. März 2016 auf 452 Mio Euro (31. Dezember 2015: 335 Mio Euro).

Nettofinanzposition

in Mio Euro

1. Quartal 2015	10
2. Quartal 2015	-634
3. Quartal 2015	-336
4. Quartal 2015	335
1. Quartal 2016	452

Die operative Schuldendeckung lag im Berichtszeitraum infolge der Verbesserung unserer Nettofinanzposition deutlich über dem Zielwert von 50 Prozent. Auch der Zinsdeckungsfaktor hat sich, begünstigt durch das höhere betriebliche Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) sowie die positive Entwicklung des Zinsergebnisses, weiter verbessert.

Finanzkennzahlen

	31.12.2015	31.3.2016
Operative Schuldendeckung (Jahresüberschuss + Abschreibungen, Wertminderungen [Impairment] und Zuschreibungen + Zinsanteil Pensionsverpflichtungen) / Nettofinanzschulden und Pensionsverpflichtungen	375,2%	404,9%
Zinsdeckungsfaktor (EBITDA / Zinsergebnis inklusive Zinsanteil Pensionsverpflichtungen)	75,7	118,7
Eigenkapitalquote (Eigenkapital / Bilanzsumme)	61,9%	59,8%

Finanzlage

Die Entwicklung der Finanzlage wird in der Konzernkapitalflussrechnung auf Seite 26 im Einzelnen dargestellt.

Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** lag im ersten Quartal 2016 mit 423 Mio Euro leicht über dem Vergleichswert des Vorjahreszeitraums (419 Mio Euro). Niedrigeren Abflüssen bei den Vorräten standen geringere Zuflüsse bei den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber. Des Weiteren wirkte sich die Veränderung anderer Verbindlichkeiten und Rückstellungen negativ aus.

¹ Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zuzüglich kurzfristig monetisierbarer, als „Zur Veräußerung verfügbar“ oder nach der „Fair Value Option“ klassifizierter Finanzinstrumente abzüglich der Finanzschulden sowie zuzüglich positiver und abzüglich negativer Marktwerte der Sicherungsgeschäfte.

Das Netto-Umlaufvermögen¹ bezogen auf die Umsatzerlöse hat sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum im Wesentlichen aufgrund von Währungskurseffekten und geringeren Vorratsbeständen um 0,8 Prozentpunkte auf 5,4 Prozent verbessert.

Der Mittelabfluss im **Cashflow aus Investitionstätigkeit** (–114 Mio Euro) lag über dem Wert des Vorjahreszeitraums (–96 Mio Euro). Hier wirkten sich im Wesentlichen die im Vergleich zum ersten Quartal 2015 geringeren Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten sowie Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen aus.

Der Mittelzufluss im **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** in Höhe von 479 Mio Euro (Vorjahreszeitraum: –272 Mio Euro Mittelabfluss) war vor allem durch die Aufnahme von Commercial Paper bedingt.

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** sind im Vergleich zum 31. Dezember 2015 um 757 Mio Euro auf 1.933 Mio Euro gestiegen.

Der **Free Cashflow** lag mit 290 Mio Euro leicht über dem Niveau des ersten Quartals 2015 (285 Mio Euro).

Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen bestehender Geschäfte betragen 90 Mio Euro nach 102 Mio Euro im ersten Quartal 2015. In Immaterielle Vermögenswerte bestehender Geschäfte haben wir 19 Mio Euro investiert (Vorjahreszeitraum: 22 Mio Euro).

Rund zwei Drittel der Investitionssumme haben wir für Erweiterungsinvestitionen, Innovationen und Rationalisierungsmaßnahmen aufgewendet, zum Beispiel für den Ausbau unserer Produktionskapazität, die Einführung innovativer Produktlinien sowie für die Optimierung unserer Produktionsstruktur und unserer Geschäftsprozesse.

Große Einzelprojekte des Jahres 2016 waren bisher:

- Ausbau der Produktionskapazitäten und Optimierung der Logistikstruktur in Russland (Laundry & Home Care),
- Ausbau der Produktionskapazität in Italien (Laundry & Home Care),
- Ausbau der Produktionskapazität für Kosmetik-Produkte in Russland (Beauty Care),

- Aufbau eines Produktionsstandorts zur Marktentwicklung in Georgien (Adhesive Technologies),
- globale Optimierung der Supply Chain sowie Konsolidierung und Optimierung der IT-Systemlandschaft zur Steuerung von Geschäftsprozessen.

Regional verteilten sich die Investitionen größtenteils auf Westeuropa, Osteuropa sowie Asien/Pazifik.

Investitionen im ersten Quartal 2016

in Mio Euro	Bestehendes Geschäft	Akquisitionen	Gesamt
Immaterielle Vermögenswerte	19	–	19
Sachanlagen	90	–	90
Summe	109	–	109

Akquisitionen und Divestments

Am 2. März 2016 haben wir mit Procter & Gamble eine Vereinbarung über den Erwerb verschiedener Haarpflegemarken in den Regionen Afrika/Nahost und Osteuropa abgeschlossen. Die Akquisition ist Ausdruck unserer Strategie, die Präsenz in unseren Wachstumsmärkten weiter zu stärken.

Weitere Details erläutern wir in den ausgewählten Anhangangaben auf Seite 29.

Unser Langfrist-Rating liegt weiterhin bei „A flat“ (Standard & Poor's) beziehungsweise „A2“ (Moody's). Diese sind auch unsere Ziel-Ratings. Bei der Evaluierung von möglichen Akquisitionen werden wir auch zukünftig darauf achten, diese Ziel-Ratings nicht zu gefährden.

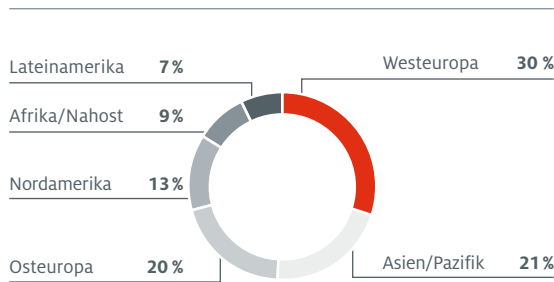
¹ Vorräte zuzüglich geleisteter Anzahlungen und Forderungen gegen Kunden und Lieferanten abzüglich Verbindlichkeiten gegenüber Kunden und Lieferanten sowie kurzfristiger Vertriebsrückstellungen.

Nachtragsbericht

Mitarbeiter

Am 31. März 2016 beschäftigten wir rund 49.000 Mitarbeiter (31. Dezember 2015: 49.450).

Mitarbeiter nach Regionen



Stand: 31.3.2016

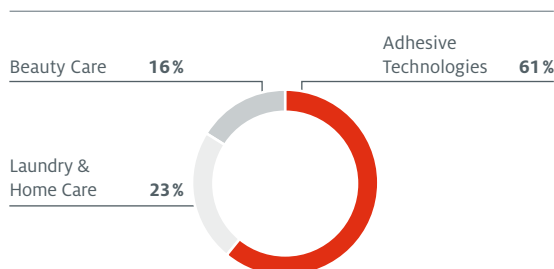
Wir haben in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres die Zahl unserer Mitarbeiter verringert und damit die kontinuierlichen Anpassungen in unseren operativen Unternehmensbereichen konsequent umgesetzt.

Forschung und Entwicklung

Im ersten Quartal 2016 betragen unsere Aufwendungen für Forschung und Entwicklung 114 Mio Euro (bereinigt um Restrukturierungsaufwendungen: 112 Mio Euro) nach 119 Mio Euro (bereinigt: 117 Mio Euro) im Vorjahreszeitraum. In Relation zum Umsatz sind die Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,1 Prozentpunkte gesunken. Die Quote lag bei 2,6 Prozent (bereinigt: 2,6 Prozent).

Die Entwicklung von innovativen Produkten spielt für uns eine zentrale Rolle. Die im Geschäftsbericht 2015 ab Seite 83 beschriebene Forschungs- und Entwicklungsstrategie hat sich nicht verändert.

F&E-Aufwand nach Unternehmensbereichen



Am 4. April 2016 haben wir einen Vertrag zur Übernahme des Fliesenkleber-Geschäfts und der damit verbundenen Marken von der kolumbianischen Alfagres S.A. unterzeichnet. Damit wird der Unternehmensbereich Adhesive Technologies sein Geschäft mit Klebstoffen für Konsumenten, Handwerk und Bau erweitern. Die Akquisition ist Ausdruck unserer Strategie, die Präsenz in unseren Wachstumsmärkten weiter zu stärken. Ein wesentlicher Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von Henkel wird nicht erwartet.

Ausblick

Der Ausblick zur Entwicklung der Weltwirtschaft beruht auf Daten von IHS Global Insight.

Für das Jahr 2016 wird weiterhin eine nur moderate Entwicklung des Weltwirtschaftswachstums erwartet. IHS geht von einem Anstieg des Bruttoinlandsprodukts von etwa 2,5 Prozent aus.

Für die reifen Märkte rechnet IHS mit einem Wachstum von etwa 2 Prozent. Für Westeuropa und Nordamerika geht IHS von einem Wachstum von rund 2 Prozent für das Gesamtjahr aus. Die japanische Wirtschaft wird voraussichtlich um rund 1 Prozent wachsen.

Die Wachstumsmärkte werden auch 2016 wieder ein vergleichsweise robustes Wirtschaftswachstum von etwa 4 Prozent erzielen. In Asien (ohne Japan) geht IHS von einer Erhöhung der Wirtschaftsleistung um etwa 5,5 Prozent aus und in der Region Afrika/Nahost von einer Steigerung um etwa 2 Prozent. In Lateinamerika wird eine rückläufige Wirtschaftsentwicklung von etwa 1 Prozent erwartet. Für Osteuropa wird im Jahr 2016 von einem wirtschaftlichen Wachstum von rund 1 Prozent ausgegangen.

Die Inflation soll 2016 weltweit bei etwa 4 Prozent liegen. Während IHS für die reifen Märkte von einer Steigerung des Preisniveaus von etwa 1 Prozent ausgeht, wird in den Wachstumsmärkten mit einer Inflation von etwa 9,5 Prozent gerechnet.

IHS erwartet, dass der private Konsum im Jahr 2016 weltweit um etwa 2,5 Prozent steigen wird. In den reifen Märkten werden die Konsumenten etwa 2 Prozent mehr ausgeben als im Vorjahr. Die Wachstumsmärkte werden sich 2016 mit einem Plus von etwa 3 Prozent etwas konsumfreudiger zeigen.

Die Industrieproduktion wird im Vergleich zum Vorjahr weltweit moderat um etwa 2,5 Prozent wachsen. Auf Gesamtjahressicht wird die Industrieproduktion damit auf dem Niveau der Gesamtwirtschaft expandieren.

Für die Transport- und Automobilindustrie rechnet IHS mit einem Plus von rund 3 Prozent, während das Wachstum der Metallindustrie voraussichtlich bei etwa 1,5 Prozent liegen wird. Für die Elektronikbranche wird eine Steigerung um etwa 4 Prozent erwartet. Für konsumnahe Branchen wie die globale Verpackungsindustrie wird auch im Jahr 2016 ein Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich erwartet.

Für die weltweite Bauwirtschaft geht IHS von einem Produktionsplus auf dem Niveau des Vorjahres von etwa 3 Prozent aus.

Chancen und Risiken

Die Bewertung der Chancen und Risiken sowie die aktuelle Einschätzung des Risikos aus Rechtsstreitigkeiten sind im ersten Quartal gegenüber den Ausführungen im Geschäftsbericht 2015 unverändert. Bezüglich der Darstellung der wesentlichen Risiko- und Chancenfelder verweisen wir auf die Seiten 108 bis 113 des Geschäftsberichts 2015.

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts sind keine Risiken im Zusammenhang mit der zukünftigen Entwicklung erkennbar, die den Fortbestand der Henkel AG & Co. KGaA, eines wesentlichen einbezogenen Unternehmens oder des Konzerns gefährden könnten.

Ausblick des Henkel-Konzerns für 2016

Im Geschäftsjahr 2016 erwarten wir für den Henkel-Konzern ein organisches Umsatzwachstum von 2 bis 4 Prozent. Wir gehen davon aus, dass das Wachstum der Unternehmensbereiche jeweils in dieser Bandbreite liegen wird.

Wir erwarten darüber hinaus einen leichten Anstieg des Umsatzanteils unserer Wachstumsmärkte.

Die Basis für die erwartete organische Umsatzsteigerung bildet unsere starke Wettbewerbsposition. Diese haben wir in den vergangenen Jahren mit unserer Innovationskraft, unseren starken Marken und führenden Marktpositionen sowie der Qualität unseres Portfolios gefestigt und weiter ausgebaut.

Wir erwarten bei der bereinigten Umsatzrendite (EBIT) eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr auf etwa 16,5 Prozent. Die bereinigte Umsatzrendite der einzelnen Unternehmensbereiche wird auf oder über dem Niveau des Vorjahres liegen. Wir erwarten einen Anstieg des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie zwischen 8 und 11 Prozent.

Darüber hinaus haben wir für 2016 die folgenden Erwartungen:

- Preise für Rohstoffe, Verpackungen, bezogene Waren und Leistungen etwa auf dem Niveau des Vorjahres,
- Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 150 bis 200 Mio Euro,
- Investitionen in Sachanlagen und Immaterielle Vermögenswerte zwischen 650 und 700 Mio Euro.

Wir bestätigen diese Prognose für das Geschäftsjahr 2016.

Konzernzwischenabschluss

Konzernbilanz

Aktiva

in Mio Euro	31.3.2015	%	31.12.2015	%	31.3.2016	%
Immaterielle Vermögenswerte	11.526	50,4	11.682	52,3	11.347	49,2
Sachanlagen	2.623	11,5	2.661	11,9	2.613	11,3
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	69	0,3	63	0,3	63	0,3
Ertragsteuererstattungsansprüche	5	-	7	-	7	-
Übrige Vermögenswerte	144	0,6	177	0,8	190	0,9
Aktive latente Steuern	945	4,1	816	3,7	910	3,9
Langfristige Vermögenswerte	15.312	66,9	15.406	69,0	15.130	65,6
Vorräte	1.921	8,4	1.721	7,7	1.726	7,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.206	14,0	2.944	13,2	3.205	13,9
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	596	2,6	540	2,4	584	2,5
Ertragsteuererstattungsansprüche	132	0,6	196	0,9	170	0,8
Übrige Vermögenswerte	313	1,4	330	1,5	303	1,3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.383	6,0	1.176	5,3	1.933	8,4
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	13	0,1	10	-	10	-
Kurzfristige Vermögenswerte	7.564	33,1	6.917	31,0	7.931	34,4
Aktiva insgesamt	22.876	100,0	22.323	100,0	23.061	100,0

Passiva

in Mio Euro	31.3.2015	%	31.12.2015	%	31.3.2016	%
Gezeichnetes Kapital	438	1,9	438	2,0	438	1,9
Kapitalrücklage	652	2,9	652	2,9	652	2,8
Eigene Aktien	-91	-0,4	-91	-0,4	-91	-0,4
Gewinnrücklagen	11.880	51,9	12.984	58,1	13.327	57,8
Sonstige Bestandteile des Eigenkapitals	56	0,2	-322	-1,4	-676	-2,9
Eigenkapital der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	12.935	56,5	13.661	61,2	13.650	59,2
Nicht beherrschende Anteile	162	0,8	150	0,7	144	0,6
Eigenkapital	13.097	57,3	13.811	61,9	13.794	59,8
Pensionsverpflichtungen	1.341	5,9	988	4,4	1.099	4,8
Ertragsteuerrückstellungen	87	0,4	89	0,4	89	0,4
Sonstige Rückstellungen	410	1,8	396	1,8	414	1,8
Finanzschulden	1.335	5,8	4	-	4	-
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2	-	1	-	2	-
Übrige Verbindlichkeiten	12	0,1	16	0,1	16	0,1
Passive latente Steuern	715	3,1	670	3,0	653	2,8
Langfristige Verbindlichkeiten	3.902	17,1	2.164	9,7	2.277	9,9
Ertragsteuerrückstellungen	292	1,3	263	1,2	311	1,3
Sonstige Rückstellungen	1.626	7,1	1.564	7,0	1.596	6,9
Finanzschulden	210	0,9	880	3,9	1.515	6,6
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.334	14,6	3.176	14,2	3.152	13,7
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	99	0,4	109	0,5	115	0,5
Übrige Verbindlichkeiten	307	1,3	351	1,6	295	1,3
Ertragsteuerverbindlichkeiten	9	-	5	-	6	-
Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten	-	-	-	-	-	-
Kurzfristige Verbindlichkeiten	5.877	25,6	6.348	28,4	6.990	30,3
Passiva insgesamt	22.876	100,0	22.323	100,0	23.061	100,0

Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung

in Mio Euro	1. Q/2015	%	1. Q/2016	%	+/-
Umsatzerlöse	4.430	100,0	4.456	100,0	0,6%
Kosten der umgesetzten Leistungen ¹	- 2.264	- 51,1	- 2.293	- 51,5	1,3%
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.166	48,9	2.163	48,5	- 0,1%
Marketing- und Vertriebsaufwendungen ¹	- 1.166	- 26,3	- 1.092	- 24,5	- 6,3%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen ¹	- 119	- 2,7	- 114	- 2,6	- 4,2%
Verwaltungsaufwendungen ¹	- 245	- 5,5	- 225	- 5,0	- 8,2%
Sonstige betriebliche Erträge	30	0,6	13	0,3	- 56,7%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 18	- 0,4	- 28	- 0,6	55,6%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	648	14,6	717	16,1	10,7%
Zinsertrag	8	0,2	4	0,1	- 50,0%
Zinsaufwand	- 11	- 0,2	- 2	-	- 81,8%
Sonstiges Finanzergebnis	- 6	- 0,1	- 9	- 0,2	50,0%
Beteiligungsergebnis	-	-	-	-	-
Finanzergebnis	- 9	- 0,1	- 7	- 0,1	- 22,2%
Ergebnis vor Steuern	639	14,5	710	16,0	11,1%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	- 157	- 3,6	- 172	- 3,9	9,6%
Steuerquote in %	24,6		24,2		
Quartalsüberschuss	482	10,9	538	12,1	11,6%
auf nicht beherrschende Anteile entfallend	12	0,3	13	0,3	8,3%
auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	470	10,6	525	11,8	11,7%
Ergebnis je Stammaktie – unverwässert und verwässert	in Euro	1,08	1,20		11,1%
Ergebnis je Vorzugsaktie – unverwässert und verwässert	in Euro	1,09	1,21		11,0%

Freiwillige Zusatzinformation

in Mio Euro	1. Q/2015	1. Q/2016	+/-	
EBIT (wie berichtet)	648	717	10,7%	
Einmalige Erträge	-	-	-	
Einmalige Aufwendungen	5	7 ²	-	
Restrukturierungsaufwendungen ¹	54	27	-	
Bereinigter EBIT	707	751	6,2%	
Bereinigte Umsatzrendite	in %	16,0	16,8	0,8 pp
Bereinigte Steuerquote	in %	24,9	24,5	- 0,4 pp
Bereinigter Quartalsüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	510	549	7,6%	
Bereinigtes Ergebnis je Stammaktie	in Euro	1,17	1,26	7,7%
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	1,18	1,27	7,6%

¹ Restrukturierungsaufwendungen im ersten Quartal 2016: 27 Mio Euro (im ersten Quartal 2015: 54 Mio Euro), davon: Kosten der umgesetzten Leistungen 6 Mio Euro (im ersten Quartal 2015: 11 Mio Euro), Marketing- und Vertriebsaufwendungen 8 Mio Euro (im ersten Quartal 2015: 27 Mio Euro), Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen 2 Mio Euro (im ersten Quartal 2015: 2 Mio Euro), Verwaltungsaufwendungen 11 Mio Euro (im ersten Quartal 2015: 14 Mio Euro).

² Aufwendungen aus der Optimierung unserer IT-Systemlandschaft zur Steuerung der Geschäftsprozesse (im ersten Quartal 2015: 5 Mio Euro).

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

in Mio Euro	1. Q/2015	1. Q/2016
Quartalsüberschuss	482	538
Zu reklassifizierende Ergebnisse:		
Unterschied aus Währungsumrechnung	975	- 361
Gewinne aus derivativen Finanzinstrumenten (Hedge-Rücklage gemäß IAS 39)	- 15	-
Gewinne aus Finanzinstrumenten der Kategorie „zur Veräußerung verfügbar“ (Rücklage „zur Veräußerung verfügbar“)	- 1	-
Nicht zu reklassifizierende Ergebnisse:		
Neubewertung der Nettoschuld aus leistungsorientierten Pensionsplänen (nach Steuern)	14	- 180
Sonstiges Ergebnis (nach Steuern)	973	- 541
Gesamtergebnis der Periode	1.455	- 3
auf nicht beherrschende Anteile entfallend	28	6
auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	1.427	- 9

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

in Mio Euro	Gezeichnetes Kapital			Sonstige Bestandteile des Eigenkapitals							Gesamt
	Stammaktien	Vorzugsaktien	Kapitalrücklage	Eigene Aktien	Gewinnrücklagen	Währungs-umrechnung	Hedge-Rücklage gemäß IAS 39	Rücklage „zur Veräußerung verfügbar“	Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	Nicht beherrschende Anteile	
Stand 31.12.2014 / 1.1.2015	260	178	652	- 91	11.396	- 723	- 167	3	11.508	136	11.644
Quartalsüberschuss	-	-	-	-	470	-	-	-	470	12	482
Sonstiges Ergebnis	-	-	-	-	14	959	- 15	- 1	957	16	973
Gesamtergebnis der Periode	-	-	-	-	484	959	- 15	- 1	1.427	28	1.455
Ausschüttungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	- 2	- 2
Verkauf eigener Aktien	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Änderungen der Beteiligungsquote an Tochterunternehmen bei bestehender Kontrolle	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstige neutrale Veränderungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stand 31.3.2015	260	178	652	- 91	11.880	236	- 182	2	12.935	162	13.097
Stand 31.12.2015 / 1.1.2016	260	178	652	- 91	12.984	- 141	- 184	3	13.661	150	13.811
Quartalsüberschuss	-	-	-	-	525	-	-	-	525	13	538
Sonstiges Ergebnis	-	-	-	-	- 180	- 354	-	-	- 534	- 7	- 541
Gesamtergebnis der Periode	-	-	-	-	345	- 354	-	-	- 9	6	- 3
Ausschüttungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	- 13	- 13
Verkauf eigener Aktien	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Änderungen der Beteiligungsquote an Tochterunternehmen bei bestehender Kontrolle	-	-	-	-	- 2	-	-	-	- 2	1	- 1
Sonstige neutrale Veränderungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stand 31.3.2016	260	178	652	- 91	13.327	- 495	- 184	3	13.650	144	13.794

Konzernkapitalflussrechnung

in Mio Euro	1. Q/2015	1. Q/2016
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	648	717
Gezahlte Ertragsteuern	- 105	- 113
Abschreibungen/Wertminderungen (Impairment) und Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen ¹	107	114
Gewinne/Verluste aus Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen sowie aus Divestments	- 21	-
Veränderung der Vorräte	- 143	- 34
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	- 274	- 315
Veränderung sonstiger Vermögenswerte	- 47	36
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	123	19
Veränderung anderer Verbindlichkeiten und Rückstellungen	131	- 1
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	419	423
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen einschließlich geleisteter Anzahlungen	- 125	- 108
Investitionen in Tochterunternehmen und sonstige Geschäftseinheiten	- 5	- 8
Investitionen in „at-equity“ bilanzierte Beteiligungen und gemeinschaftlich geführte Unternehmen	- 6	-
Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	22	-
Erlöse aus der Veräußerung von Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	18	2
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 96	- 114
Dividenden Henkel AG & Co. KGaA	-	-
Dividenden an nicht beherrschende Anteilseigner	- 2	- 13
Erhaltene Zinsen	20	5
Gezahlte Zinsen	- 22	- 3
<i>Gezahlte und erhaltene Dividenden und Zinsen</i>	- 4	- 11
Tilgung von Anleihen	-	-
Sonstige Veränderung der Finanzschulden	- 218	693
Zuführungen an Pensionsfonds	- 15	- 142
Sonstige Veränderung Pensionsverpflichtungen	- 25	- 29
Auszahlungen für den Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen bei bestehender Kontrolle	-	- 1
Sonstige Finanzierungsvorgänge ²	- 10	- 31
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 272	479
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	51	788
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelfonds	104	- 31
Veränderung Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	155	757
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 1.1.	1.228	1.176
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.3.	1.383	1.933

¹ Davon: Wertminderungen (Impairment) im ersten Quartal 2016: 0 Mio Euro (im ersten Quartal 2015: 0 Mio Euro).

² Die Sonstigen Finanzierungsvorgänge enthalten im ersten Quartal 2016 Auszahlungen in Höhe von -32 Mio Euro für den Erwerb kurzfristiger Wertpapiere und Terminanlagen sowie die Stellung finanzieller Sicherheiten (im ersten Quartal 2015 sind Auszahlungen in Höhe von -290 Mio Euro enthalten).

Freiwillige Zusatzinformation: Überleitung zum Free Cashflow

in Mio Euro	1. Q/2015	1. Q/2016
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	419	423
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen einschließlich geleisteter Anzahlungen	- 125	- 108
Erlöse aus der Veräußerung von Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	18	2
Zinssaldo	- 2	2
Sonstige Veränderung Pensionsverpflichtungen	- 25	- 29
Free Cashflow	285	290

Ausgewählte Anhangangaben

Konzernsegmentberichterstattung nach Unternehmensbereichen¹

Erstes Quartal 2016	Laundry & Home Care	Beauty Care	Klebstoffe für Konsumenten, Handwerk und Bau	Industrieklebstoffe	Summe Adhesive Technologies	Summe operative Unternehmensbereiche	Corporate	Konzern
in Mio Euro								
Umsatz Januar–März 2016	1.333	950	414	1.729	2.144	4.426	30	4.456
Anteil am Konzernumsatz	30%	21%	9%	39%	48%	99%	1%	100%
Umsatz Januar–März 2015	1.298	940	429	1.731	2.160	4.398	32	4.430
Veränderung gegenüber Vorjahr	2,7%	1,1%	-3,5%	-0,1%	-0,8%	0,6%	-7,6%	0,6%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	6,5%	3,7%	1,4%	3,2%	2,8%	4,1%	-	4,0%
Organisch	4,7%	2,6%	1,4%	2,3%	2,1%	3,0%	-	2,9%
EBIT Januar–März 2016	236	143	57	307	364	743	-25	717
EBIT Januar–März 2015	192	133	49	296	345	669	-22	648
Veränderung gegenüber Vorjahr	23,3%	7,5%	16,8%	3,6%	5,5%	11,0%	-	10,7%
Umsatzrendite (EBIT) Januar–März 2016	17,7%	15,0%	13,7%	17,7%	17,0%	16,8%	-	16,1%
Umsatzrendite (EBIT) Januar–März 2015	14,8%	14,1%	11,4%	17,1%	16,0%	15,2%	-	14,6%
Bereinigter EBIT Januar–März 2016	243	157	60	316	376	776	-25	751
Bereinigter EBIT Januar–März 2015	222	150	49	304	353	725	-18	707
Veränderung gegenüber Vorjahr	9,5%	5,0%	21,5%	4,0%	6,4%	7,1%	-	6,2%
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) Januar–März 2016	18,2%	16,5%	14,4%	18,3%	17,5%	17,5%	-	16,8%
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) Januar–März 2015	17,1%	15,9%	11,4%	17,6%	16,4%	16,5%	-	16,0%
Eingesetztes Kapital Januar–März 2016²	4.007	2.771	754	7.041	7.795	14.573	103	14.676
Eingesetztes Kapital Januar–März 2015 ²	3.656	2.639	877	6.995	7.872	14.166	111	14.277
Veränderung gegenüber Vorjahr	9,6%	5,0%	-14,0%	0,7%	-1,0%	2,9%	-	2,8%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar–März 2016	23,6%	20,6%	30,2%	17,4%	18,7%	20,4%	-	19,5%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar–März 2015	21,0%	20,1%	22,2%	16,9%	17,5%	18,9%	-	18,1%
Abschreibungen / Wertminderungen / Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte / Sachanlagen Januar–März 2016	31	17	10	53	63	111	3	114
Davon Wertminderungen (Impairment) 2016	-	-	-	-	-	-	-	-
Davon Zuschreibungen 2016	-	-	-	-	-	-	-	-
Abschreibungen/Wertminderungen/Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte/Sachanlagen Januar–März 2015	26	17	10	52	61	105	3	107
Davon Wertminderungen (Impairment) 2015	-	-	-	-	-	-	-	-
Davon Zuschreibungen 2015	1	-	-	-	-	1	-	1
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar–März 2016	37	14	16	40	56	107	2	109
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar–März 2015	41	24	21	39	60	125	1	126
Operatives Bruttovermögen Januar–März 2016³	6.350	4.075	1.301	8.627	9.928	20.352	440	20.793
Operative Verbindlichkeiten Januar–März 2016	2.143	1.486	586	2.089	2.675	6.303	337	6.641
Operatives Vermögen Januar–März 2016³	4.207	2.589	715	6.538	7.253	14.049	103	14.152
Operatives Bruttovermögen Januar–März 2015 ³	5.798	3.976	1.389	8.415	9.804	19.578	518	20.096
Operative Verbindlichkeiten Januar–März 2015	1.948	1.526	555	1.922	2.477	5.951	407	6.358
Operatives Vermögen Januar–März 2015 ³	3.850	2.450	834	6.493	7.327	13.627	111	13.737

¹ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.² Mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten vor Verrechnung mit kumulierten Wertminderungen (Impairment) gemäß IFRS 3.79(b).³ Mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten.

Ergebnis je Aktie

Bei der Berechnung des Ergebnisses je Aktie für den Zeitraum Januar bis März 2016 haben wir den für das Gesamtjahr satzungsmäßig festgelegten Dividendenabstand von 2 Eurocent zwischen Stamm- und Vorzugsaktien zeitanteilig eingerechnet.

Ergebnis je Aktie

		1. Quartal 2015	1. Quartal 2016
Quartalsüberschuss			
Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA			
	in Mio Euro	470	525
Anzahl der im Umlauf befindlichen Stammaktien		259.795.875	259.795.875
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	in Euro	1,08	1,20
Anzahl der im Umlauf befindlichen Vorzugsaktien ¹		174.482.311	174.482.323
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	1,09	1,21
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	in Euro	1,08	1,20
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	1,09	1,21

¹ Gewichteter Durchschnitt der Vorzugsaktien.

Veränderungen im Bestand eigener Aktien

Der Bestand eigener Aktien belief sich zum 31. März 2016 unverändert auf 3.680.552 Stück Vorzugsaktien. Dies entspricht einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 3,7 Mio Euro (0,84 Prozent).

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Den Quartalsfinanzbericht des Henkel-Konzerns haben wir gemäß Paragraf 37w Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) sowie in Einklang mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) – wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind – und dementsprechend in Übereinstimmung mit dem International Accounting Standard (IAS) 34 „Interim Financial Reporting“ erstellt.

Es gelten dieselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, wie sie für den Konzernabschluss des Geschäftsjahres 2015 gültig waren, mit Ausnahme der Anwendung neuer Rechnungslegungsverlautbarungen im Geschäftsjahr 2016, wie wir sie im Geschäftsbericht 2015 auf den Seiten 131 und 132 erläutern. Aus der Anwendung dieser Verlautbarungen ergeben sich keine wesentlichen Einflüsse auf die Darstellung des Quartalsfinanzberichts.

Um den Einblick in die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage weiter zu verbessern, sind in der Konzernbilanz, in der Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung, in der Konzern-Gesamtergebnisrechnung, in der Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung und in der Konzernkapitalflussrechnung Positionen weiter aufgegliedert oder die Positionsbezeichnungen angepasst worden.

IAS 34.41 gestattet zur Vereinfachung der unterjährigen Berichterstattung, in größerem Rahmen als im Jahresabschluss Schätzungen vorzunehmen und Annahmen zu treffen. Voraussetzung hierfür ist, dass alle wesentlichen Finanzinformationen, die für das Verständnis der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage relevant sind, angemessen dargestellt werden. Zur Berechnung des Aufwands für Ertragsteuern beziehen wir den geschätzten effektiven Ertragsteuersatz des laufenden Geschäftsjahres in die unterjährige Ermittlung des Steueraufwands ein.

Der aus einem verkürzten Konzernabschluss und einem Konzernzwischenlagebericht bestehende Quartalsfinanzbericht wurde einer Prüferischen Durchsicht unterzogen.

Konsolidierungskreis

In den Konsolidierungskreis zum 31. März 2016 sind neben der Henkel AG & Co. KGaA als oberstem Mutterunternehmen 9 inländische und 191 ausländische Gesellschaften einbezogen, bei denen die Henkel AG & Co. KGaA beherrschenden Einfluss auf die Finanz- und Geschäftspolitik hat. Der Konzern beherrscht ein Unternehmen, wenn er schwankenden Renditen aus seinem Engagement bei dem Unternehmen ausgesetzt ist beziehungsweise Anrechte auf diese besitzt und die Fähigkeit hat, diese Renditen mittels seiner Verfügungsgewalt über das Unternehmen zu beeinflussen.

Im Vergleich zum 31. Dezember 2015 ergaben sich die in der folgenden Tabelle dargestellten Änderungen des Konsolidierungskreises:

Konsolidierungskreis

Stand 1. Januar 2016	202
Zugänge	0
Verschmelzungen	0
Abgänge	-1
Stand 31. März 2016	201

Die Änderungen des Konsolidierungskreises haben die wesentlichen Konzernabschlussposten nicht nennenswert verändert.

Akquisitionen und Divestments

Am 2. März 2016 haben wir mit Procter & Gamble eine Vereinbarung über den Erwerb verschiedener Haarpflegemarken in den Regionen Afrika/Nahost und Osteuropa abgeschlossen. Die Akquisition ist Ausdruck unserer Strategie, die Präsenz in unseren Wachstumsmärkten weiter zu stärken. Der Kaufpreis beträgt 236 Mio US-Dollar und wird aus Barmitteln finanziert.

Die Zuordnung des Kaufpreises in Bezug auf das im Jahr 2015 erworbene Waschmittelgeschäft in Australien und Neuseeland ist infolge der erst zum Jahresende 2015 erfolgten Beherrschung noch nicht final abgeschlossen.

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

Auf die Bestandteile des Sonstigen Ergebnisses entfallen Steuererträge auf die versicherungsmathematischen Verluste in Höhe von 60 Mio Euro (31. März 2015: Steuererträge in Höhe von 44 Mio Euro) und Steuererträge aus Cashflow Hedges in Höhe von 0 Mio Euro (31. März 2015: Steuererträge in Höhe von 4 Mio Euro).

Finanzinstrumente

Finanzinstrumente, die den Bewertungskategorien „Zur Veräußerung verfügbar“ und „Zu Handelszwecken gehalten“ zugeordnet sind, werden grundsätzlich zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Als „Zur Veräußerung verfügbar“ werden die in den Sonstigen finanziellen Vermögenswerten ausgewiesenen sonstigen Wertpapiere und Terminanlagen und gestellten finanziellen Sicherheiten sowie die nicht „at-equity“ bilanzierten Sonstigen Beteiligungen kategorisiert. In der Bewertungskategorie „Zu Handelszwecken gehalten“ werden lediglich die im Henkel-Konzern gehaltenen derivativen Finanzinstrumente ausgewiesen, die nicht in ein Hedge Accounting einbezogen sind.

Die folgende Hierarchie wird verwendet, um den beizulegenden Zeitwert von Finanzinstrumenten zu bestimmen und auszuweisen:

- Level 1: Beizulegende Zeitwerte, die auf Basis notierter, unangepasster Preise auf aktiven Märkten bestimmt werden.
- Level 2: Beizulegende Zeitwerte, die auf Basis von Parametern bestimmt werden, für die entweder direkt oder indirekt abgeleitete Preise auf einem Markt zur Verfügung stehen.
- Level 3: Beizulegende Zeitwerte, die mithilfe von Parametern bestimmt werden, bei denen die Inputfaktoren nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren.

Von den im Henkel-Konzern zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Wertpapieren und Terminanlagen der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ mit einem bilanzierten Marktwert von 22 Mio Euro (31. März 2015: 72 Mio Euro) werden 20 Mio Euro (31. März 2015: 69 Mio Euro) dem Level 1 zugeordnet. Der beizulegende Zeitwert der dem Level 1 zugeordneten gestellten finanziellen Sicherheiten der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ beläuft sich auf 23 Mio Euro (31. März 2015: 467 Mio Euro, wovon 415 Mio Euro saldiert wurden). Sämtliche derivativen Finanzinstrumente werden als Level 2 eingestuft. Die in den Sonstigen finanziellen Vermögenswerten ausgewiesenen derivativen Finanzinstrumente mit einem positiven Marktwert haben einen bilanzierten Marktwert in Höhe von 51 Mio Euro (31. März 2015: 92 Mio Euro); bei den in den Sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten ausgewiesenen derivativen Finanzinstrumenten mit einem negativen Marktwert beträgt dieser 58 Mio Euro (31. März 2015: 45 Mio Euro).

Der beizulegende Zeitwert der dem Level 1 zugeordneten Wertpapiere und Terminanlagen basiert auf Kursnotierungen zum Bilanzstichtag. Für die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts von Wertpapieren des Level 2 werden beobachtbare Marktdaten verwendet. Für Devisentermingeschäfte wird der beizulegende Zeitwert auf Basis der am Bilanztag geltenden aktuellen Referenzkurse der Europäischen Zentralbank unter Berücksichtigung von Terminaufschlägen und -abschlägen für die jeweilige Restlaufzeit des Kontrakts im Vergleich zum kontrahierten Devisenkurs ermittelt. Devisenoptionen werden mittels Kursnotierungen oder anerkannter Modelle zur Ermittlung von Optionspreisen bewertet. Die Bewertung der Zinssicherungsinstrumente erfolgt auf Basis abgezinster, zukünftig erwarteter Cashflows unter Zugrundelegung von Marktzinssätzen, die für die Restlaufzeit der Kontrakte gelten. Diese sind für die beiden wichtigsten Währungen in der nachfolgenden Tabelle angegeben. Sie zeigt die jeweils zum 31. Dezember und 31. März am Interbanken-Markt quotierten Zinssätze.

Zinssätze in Prozent p. a.

zum 31.12./31.3. Laufzeiten	Euro		US-Dollar	
	2015	2016	2015	2016
1 Monat	-0,21	-0,33	0,43	0,44
3 Monate	-0,13	-0,24	0,61	0,63
6 Monate	-0,04	-0,13	0,85	0,90
1 Jahr	0,06	-0,01	1,18	1,21
2 Jahre	-0,03	-0,15	1,18	0,84
5 Jahre	0,33	0,03	1,74	1,20
10 Jahre	1,00	0,56	2,19	1,66

Bei der Bewertung von Finanzderivaten zur Sicherung von Rohstoffpreissrisiken nutzen wir aufgrund ihrer Komplexität vornehmlich Simulationsmodelle, die von Börsennotierungen abgeleitet sind. Die Sicherstellung korrekter Bewertungen erfolgt durch regelmäßige Plausibilitätsprüfungen.

Bei der Bewertung der derivativen Finanzinstrumente wird das Ausfallrisiko der Vertragspartner durch eine Anpassung der Marktwerte auf der Basis von Kreditrisikoprämien berücksichtigt.

Haftungsverhältnisse

Zum 31. März 2016 betragen die Verbindlichkeiten aus Bürgschaften, Wechsel- und Scheckbürgschaften sowie Gewährleistungsverträgen insgesamt 15 Mio Euro. Am 31. Dezember 2015 hatten Verbindlichkeiten von 12 Mio Euro bestanden.

Operating-Leasingverpflichtungen

Operating-Leasingverhältnisse im Sinn von IAS 17 umfassen sämtliche Formen der Nutzungsüberlassung von Vermögenswerten einschließlich Miet- und Pachtverträgen. Die Verpflichtungen aus Operating-Leasingverträgen werden mit der Summe der Beträge ausgewiesen, die bis zum frühesten Kündigungstermin anfallen. Ausgewiesen sind Nominalwerte. Die Operating-Leasingverpflichtungen stellen sich zum 31. März 2016 wie folgt dar:

Operating-Leasingverpflichtungen

in Mio Euro	31.12.2015	31.3.2016
Fälligkeit im Folgejahr	72	63
Fälligkeit zwischen 1 bis 5 Jahren	139	127
Fälligkeit über 5 Jahre	17	15
Gesamt	228	205

Stimmrechtsmitteilungen, Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Der Gesellschaft ist mitgeteilt worden, dass der Stimmrechtsanteil der Mitglieder des Aktienbindungsvertrags der Familie Henkel zum 17. Dezember 2015 insgesamt 61,02 Prozent der Stimmrechte (158.535.741 Stimmen) an der Henkel AG & Co. KGaA beträgt.

Erläuterungen zur Konzernsegmentberichterstattung

Im Vergleich zum Konzernabschluss 31. Dezember 2015 haben sich keine Unterschiede in der Segmentierungsgrundlage sowie bei der Darstellung der Segmentergebnisse ergeben. Die Definition des operativen Vermögens und des eingesetzten Kapitals sowie der Kennzahl ROCE finden Sie im Geschäftsbericht 2015 auf Seite 175 sowie auf Seite 194.

Erläuterungen zur Konzernkapitalflussrechnung

Die wesentlichen Posten der Konzernkapitalflussrechnung und deren Veränderungen erläutern wir auf den Seiten 18 und 19. Die Sonstige Veränderung der Finanzschulden enthält eine Vielzahl von Zahlungsmittelzuflüssen und -abflüssen, insbesondere aus der Aufnahme und Tilgung von Commercial Paper sowie kurzfristiger Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten.

Düsseldorf, 27. April 2016

Henkel Management AG,
persönlich haftende Gesellschafterin
der Henkel AG & Co. KGaA

Der Vorstand
Kasper Rorsted,
Jan-Dirk Auris, Pascal Houdayer, Carsten Knobel,
Kathrin Menges, Bruno Piacenza, Hans Van Bylen

Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht

An die Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf:

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Konzernbilanz, Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzernkapitalflussrechnung sowie ausgewählten Anhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht (Seiten 5 bis 21) der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, für den Zeitraum vom 1. Januar 2016 bis 31. März 2016, die Bestandteile des Quartalsfinanzberichts nach Paragraph 37w Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) sind, einer Prüferischen Durchsicht unterzogen.

Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer Prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die Prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die Prüferische Durchsicht von Abschlüssen sowie ergänzend unter Beachtung des International Standard on Review Engagements 2410 (ISRE 2410) vorgenommen. Danach ist die Prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für die Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind.

Eine Prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer Prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

Düsseldorf, den 27. April 2016

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Prof. Dr. Kai C. Andrejewski
Wirtschaftsprüfer

Simone Fischer
Wirtschaftsprüferin

Bericht des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats

In der Sitzung am 27. April 2016 wurden dem Prüfungsausschuss der Konzernzwischenfinanzbericht für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2016 sowie der Bericht der KPMG AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, über die Prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und Konzernzwischenlageberichts vorgelegt sowie durch den Vorstand und die KPMG erläutert. Der Prüfungsausschuss stimmte dem Konzernzwischenfinanzbericht zu.

Düsseldorf, 27. April 2016

Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses
Prof. Dr. Theo Siegert

Mehrjahresübersicht

Erstes Quartal 2012 bis 2016

in Mio Euro	2012	2013	2014	2015	2016
Umsatz	4.008	4.033	3.929	4.430	4.456
Laundry & Home Care	1.108	1.177	1.147	1.298	1.333
Beauty Care	861	873	856	940	950
Adhesive Technologies	2.001	1.944	1.893	2.160	2.144
Bereinigtes ¹ betriebliches Ergebnis (EBIT)	551	600	619	707	751
Bereinigtes ¹ Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,85	0,96	1,04	1,18	1,27

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Kontakte

Corporate Communications

Telefon: +49 (0) 211 / 797-35 33

Fax: +49 (0) 211 / 798-24 84

E-Mail: corporate.communications@henkel.com

Investor Relations

Telefon: +49 (0) 211 / 797-39 37

Fax: +49 (0) 211 / 798-28 63

E-Mail: investor.relations@henkel.com

Impressum

Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA

40191 Düsseldorf

Telefon: +49 (0) 211 / 797-0

© 2016 Henkel AG & Co. KGaA

Redaktion: Corporate Communications, Investor Relations,
Corporate Accounting

Koordination: Renata Casaro, Dr. Hannes Schollenberger,
Wolfgang Zengerling

Design und Realisierung:

MPM Corporate Communication Solutions, Mainz

Fotos: Charles Cherney, Claudia Kempf, Steffen Hauser;
Henkel

Lektorat: Thomas Krause, Krefeld

Druck: Druckpartner, Essen

Veröffentlichungsdatum dieses Berichts: 19. Mai 2016

PR-Nr.: 05 16 450



Responsible Care®



Der Quartalsfinanzbericht ist gedruckt auf LuxoArt Silk FSC. Das Papier ist aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff. Es ist nach den Regeln des Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert und kontrolliert. Die Druckfarben enthalten keine Schwermetalle.

Verwendete Sammelbezeichnungen wie Mitarbeiter, Aktionäre oder Kunden sind als geschlechtsneutral anzusehen.

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich bei den in dieser Publikation genannten Zeichen um eingetragene Marken der Henkel-Gruppe mit Schutz in Deutschland und in anderen Ländern.

Finanzkalender

Veröffentlichung des Berichts

über das zweite Quartal / erste Halbjahr 2016:

Donnerstag, 11. August 2016

Veröffentlichung des Berichts

über das dritte Quartal / Dreivierteljahr 2016:

Dienstag, 8. November 2016

Veröffentlichung des Berichts

über das Geschäftsjahr 2016:

Donnerstag, 23. Februar 2017

Hauptversammlung der

Henkel AG & Co. KGaA 2017:

Donnerstag, 6. April 2017

Alle aktuellen Zahlen und Angaben zum

Unternehmen im Internet:

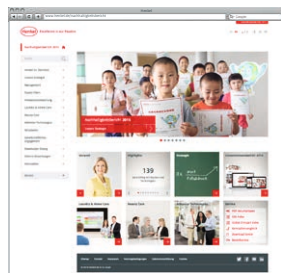
 www.henkel.de

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, zum Beispiel 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.

Die Quartalsfinanzberichte sind auch in unserer Henkel App veröffentlicht.



www.henkel.de/geschaeftsbericht



www.henkel.de/nachhaltigkeitsbericht



**Henkel App verfügbar
für iOS und Android:**



Henkel in Social Media:



www.facebook.com/henkeldeutschland
www.twitter.com/henkel_de
www.youtube.com/henkel