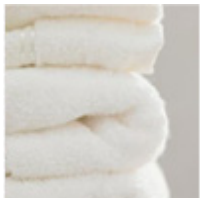
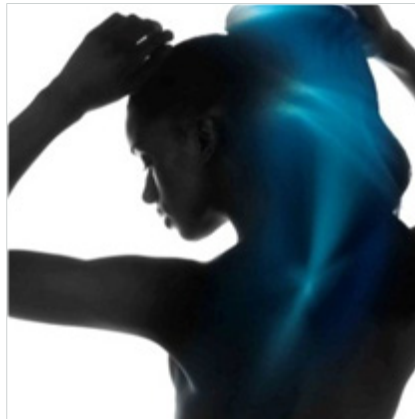


Henkel in Zahlen



Finanzkennzahlen

| in Mio Euro | 2011 restated ³ | 2012 | +/- 2011 – 2012 |
|---|-------------------------------|-------------------------|--------------------|
| Umsatz | 15.605 | 16.510 | 5,8 % |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | 1.765 | 2.199 | 24,6 % |
| Bereinigtes ¹ betriebliches Ergebnis (EBIT) | 2.029 | 2.335 | 15,1 % |
| Umsatzrendite (EBIT) in % | 11,3 | 13,3 | 2,0 pp |
| Bereinigte ¹ Umsatzrendite (EBIT) in % | 13,0 | 14,1 | 1,1 pp |
| Jahresüberschuss | 1.191 | 1.556 | 30,6 % |
| Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro | 2,69 | 3,49 | 29,7 % |
| Bereinigtes ¹ Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro | 3,14 | 3,70 | 17,8 % |
| Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in % | 15,8 | 18,7 | 2,9 pp |
| Dividende je Stammaktie in Euro | 0,78 | 0,93² | 19,2 % |
| Dividende je Vorzugsaktie in Euro | 0,80 | 0,95² | 18,8 % |

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

² Vorschlag an die Aktionäre für die Hauptversammlung am 15. April 2013.

³ Werte 2011 korrigiert („restated“) nach IAS 8 „Accounting policies, changes in accounting estimates and errors“.

pp = Prozentpunkte

Umsatz 2012

Gesamtumsatz: 16.510 Mio Euro

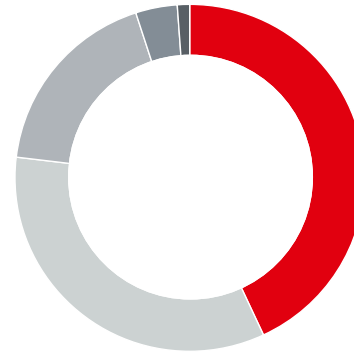
Umsatz nach Unternehmensbereichen



- 28 % Laundry & Home Care
- 21 % Beauty Care
- 50 % Adhesive Technologies
- 1 % Corporate

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

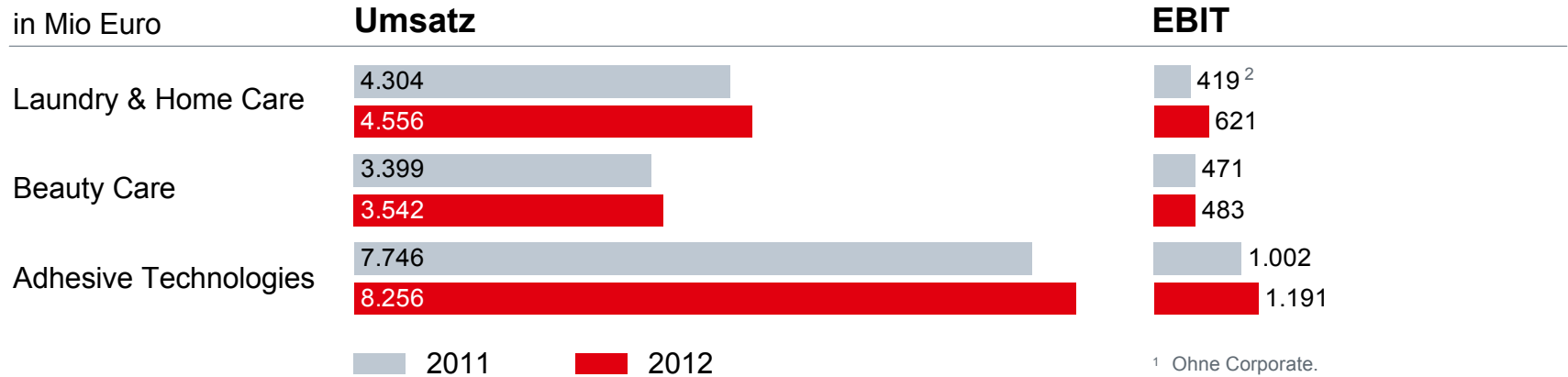
Umsatz nach Regionen



- 43 % Wachstumsregionen¹
- 34 % Westeuropa
- 18 % Nordamerika
- 4 % Japan/Australien/Neuseeland
- 1 % Corporate

¹ Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika, Asien (ohne Japan).

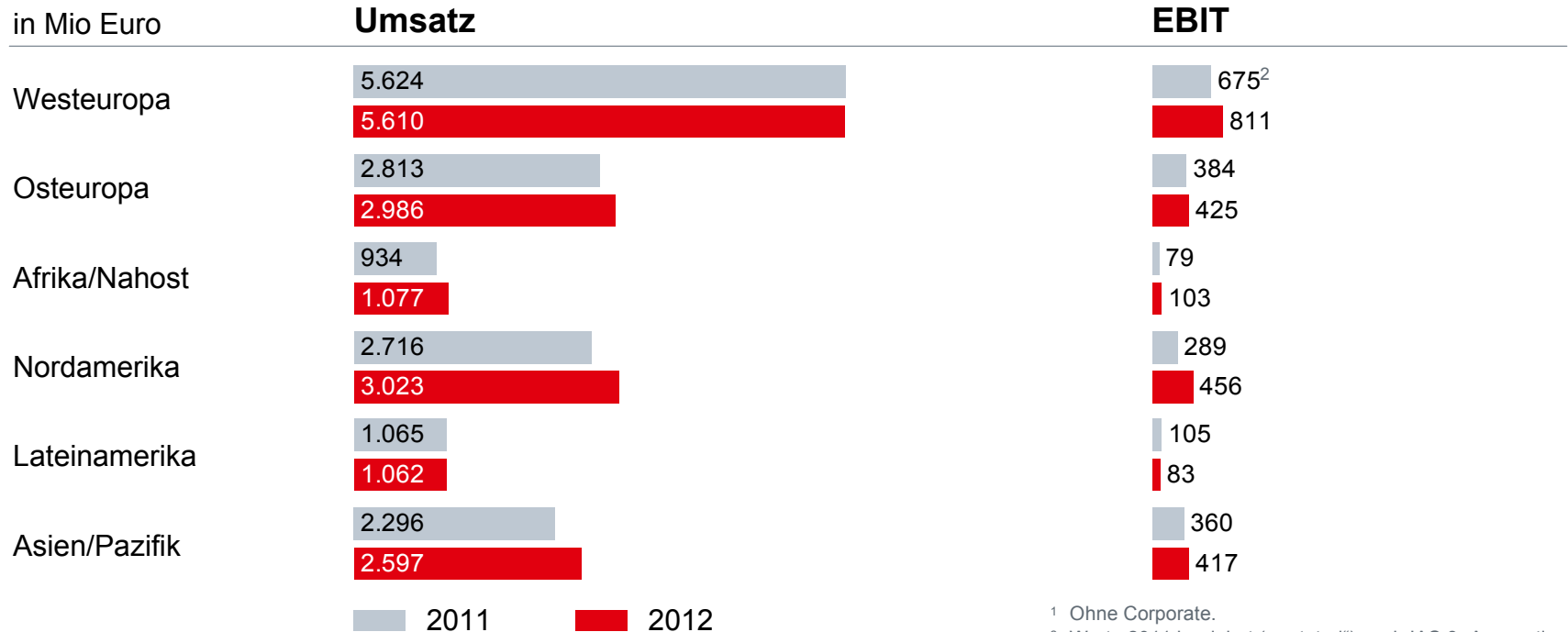
Umsatz und EBIT nach Unternehmensbereichen¹



¹ Ohne Corporate.

² Werte 2011 korrigiert („restated“) nach IAS 8 „Accounting policies, changes in accounting estimates and errors“.

Umsatz und EBIT nach Regionen¹



¹ Ohne Corporate.

² Werte 2011 korrigiert („restated“) nach IAS 8 „Accounting policies, changes in accounting estimates and errors“.

Henkel-Konzern

Umsatz-Entwicklung 2008 bis 2012

Umsatz

in Mio Euro



+ 3,8 %

organisches
Umsatzwachstum

Laundry & Home Care

Umsatz-Entwicklung 2008 bis 2012

Umsatz

in Mio Euro



+ 4,7 %

organisches
Umsatzwachstum

Laundry & Home Care

Ergebnisse 2012

- Organisches Umsatzwachstum von 4,7 Prozent
- Bereinigtes¹ betriebliches Ergebnis um 15,5 Prozent auf 659 Mio Euro verbessert
- Bereinigte¹ Umsatzrendite um 1,3 Prozentpunkte auf 14,5 Prozent gesteigert
- Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) um 7,6 Prozentpunkte auf 25,8 Prozent erhöht
- Economic Value Added (EVA[®]) weiter auf 393 Mio Euro verbessert

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Beauty Care

Umsatz-Entwicklung 2008 bis 2012

Umsatz

in Mio Euro



+ 3,1 %

organisches
Umsatzwachstum

Beauty Care

Ergebnisse 2012

- Organisches Umsatzwachstum von 3,1 Prozent
- Bereinigtes¹ betriebliches Ergebnis um 6,8 Prozent auf 514 Mio Euro verbessert
- Bereinigte¹ Umsatzrendite um 0,3 Prozentpunkte auf 14,5 Prozent gesteigert
- Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) bei 23,2 Prozent
- Economic Value Added (EVA[®]) bei 285 Mio Euro

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Adhesive Technologies

Umsatz-Entwicklung 2008 bis 2012

Umsatz

in Mio Euro



+ 3,6 %

organisches
Umsatzwachstum

Adhesive Technologies

Ergebnisse 2012

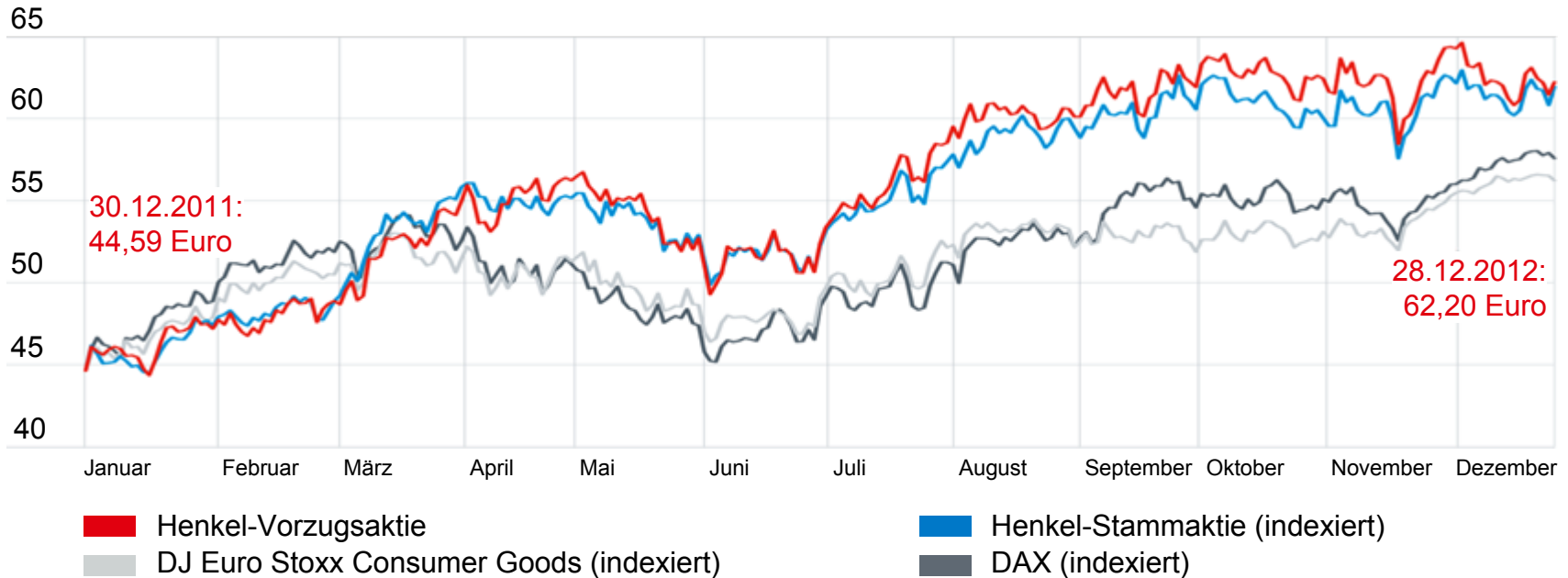
- Organisches Umsatzwachstum von 3,6 Prozent
- Bereinigtes¹ betriebliches Ergebnis deutlich um 15,9 Prozent auf 1.246 Mio Euro verbessert
- Bereinigte¹ Umsatzrendite um 1,2 Prozentpunkte auf 15,1 Prozent gesteigert
- Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) um 1,9 Prozentpunkte auf 16,5 Prozent erhöht
- Economic Value Added (EVA[®]) um 81 Mio Euro auf 363 Mio Euro verbessert

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Entwicklung der Henkel-Aktien im Marktvergleich

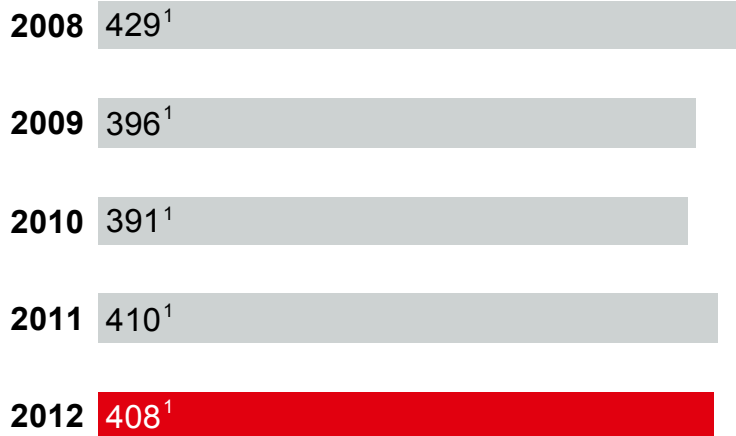
Januar bis Dezember 2012

in Euro



Aufwand für Forschung & Entwicklung

F&E Aufwand in Mio Euro



¹ Inklusive Restrukturierungsaufwendungen:
52 Mio Euro (2008), 13 Mio Euro (2009), 8 Mio Euro (2010),
14 Mio Euro (2011), 2 Mio Euro (2012).

F&E-Aufwand nach Unternehmensbereichen



Mitarbeiter 2012

Zahl der Mitarbeiter¹: 46.610

Mitarbeiter nach Unternehmensbereichen



- 19 % Laundry & Home Care
- 16 % Beauty Care
- 52 % Adhesive Technologies
- 13 % Funktionen

Mitarbeiter nach Regionen



- 31 % Westeuropa
- 20 % Osteuropa
- 19 % Asien/Pazifik
- 11 % Afrika/Nahost
- 11 % Nordamerika
- 8 % Lateinamerika

¹31. Dezember 2012

Finanzziele 2016



Geschäftsjahr 2013

Highlights 1. Quartal

4.033 Mio Euro
Umsatz

+2,5 %
organisches
Umsatzwachstum

14,9 %
bereinigte¹ Umsatzrendite
(EBIT)

600 Mio Euro / **+8,9 %**
bereinigtes¹ betriebliches
Ergebnis (EBIT) / Steigerung
gegenüber Vorjahr

0,96 Euro / **+10,3 %**
bereinigtes¹ Ergebnis je
Vorzugsaktie (EPS) /
Steigerung gegenüber
Vorjahr²

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen (5 Mio Euro) und Erträge (0 Mio Euro) sowie Restrukturierungsaufwendungen (30 Mio Euro).

² Bei Anwendung von International Accounting Standard (IAS) 19 revised im Vorjahresquartal beträgt das Wachstum 12,9 Prozent.

Finanzkennzahlen Henkel Konzern

| in Mio Euro | 1.Q/2012 ¹ | 1. Q/2013 | Veränderung ² |
|--|-----------------------|---------------|--------------------------|
| Umsatz | 4.008 | 4.033 | 0,6 % |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | 538 | 565 | 5,0 % |
| Bereinigtes ³ betriebliches Ergebnis (EBIT) | 551 | 600 | 8,9 % |
| Umsatzrendite (EBIT) in % | 13,4 | 14,0 | 0,6 pp |
| Bereinigte ³ Umsatzrendite (EBIT) in % | 13,7 | 14,9 | 1,2 pp |
| Bereinigter ³ Quartalsüberschuss | 378 | 427 | 13,0 % |
| Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro | 0,84 | 0,91 | 8,3 % |
| Bereinigtes ³ Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro | 0,85 | 0,96 | 12,9 % |
| Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in % ⁴ | 18,4 | 20,2 | 1,8 pp |
| Investitionen in Sachanlagen | 92 | 69 | -25,0 % |
| Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen | 102 | 106 | 3,9 % |
| Anzahl der Mitarbeiter (31. März) | 46.854 | 46.668 | -0,4 % |

¹ Angepasst unter Anwendung von IAS 19 revised.

² Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

³ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

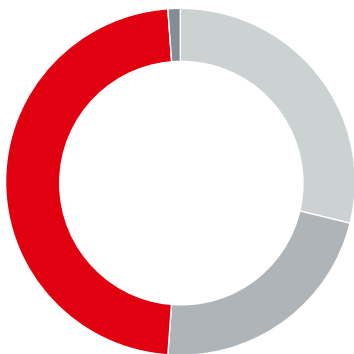
⁴ Vorjahresquartal angepasst unter Anwendung von IAS 8.

pp = Prozentpunkte

Umsatz 1. Quartal 2013

Gesamtumsatz: 4.033 Mio Euro

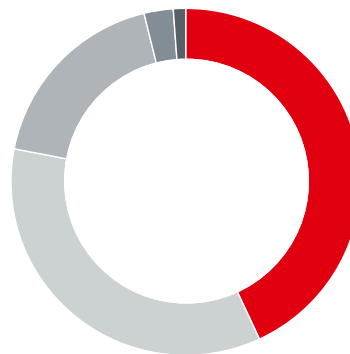
Umsatz nach Unternehmensbereichen



- 29 % Laundry & Home Care
- 22 % Beauty Care
- 48 % Adhesive Technologies
- 1 % Corporate

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

Umsatz nach Regionen

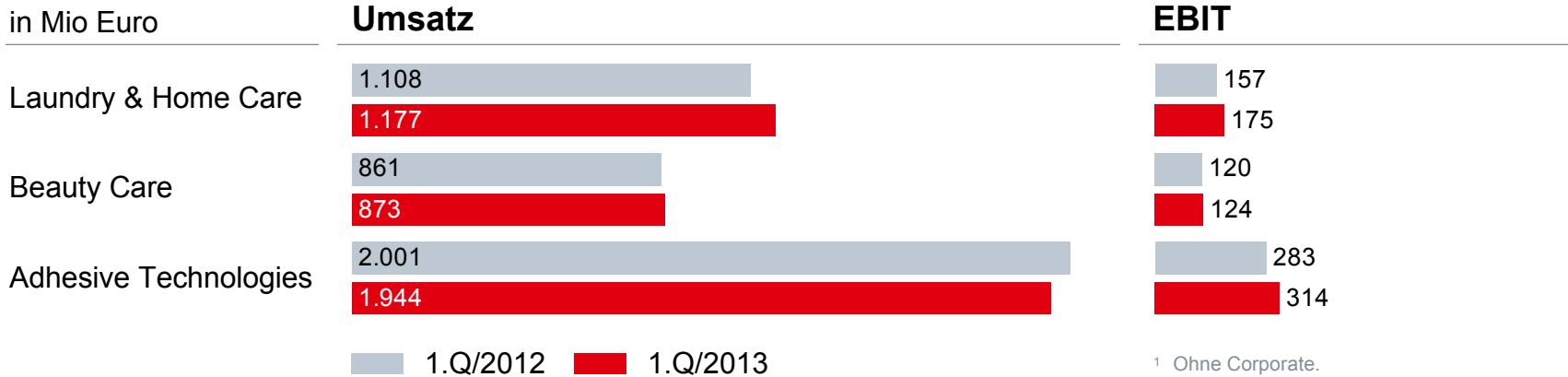


- 43 % Wachstumsregionen¹
- 35 % Westeuropa
- 18 % Nordamerika
- 3 % Japan/Australien/Neuseeland
- 1 % Corporate

¹ Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika, Asien (ohne Japan).

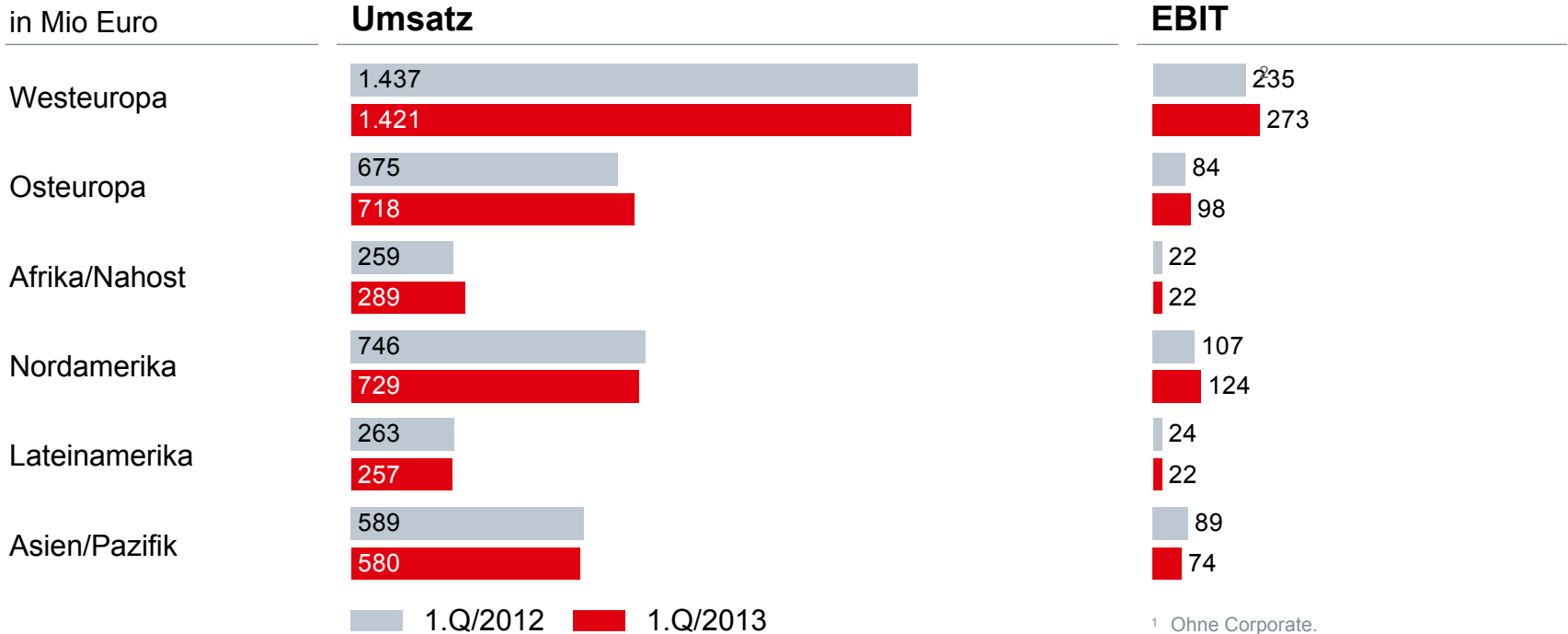
Umsatz und EBIT nach Unternehmensbereichen¹

1. Quartal 2013



Umsatz und EBIT nach Regionen¹

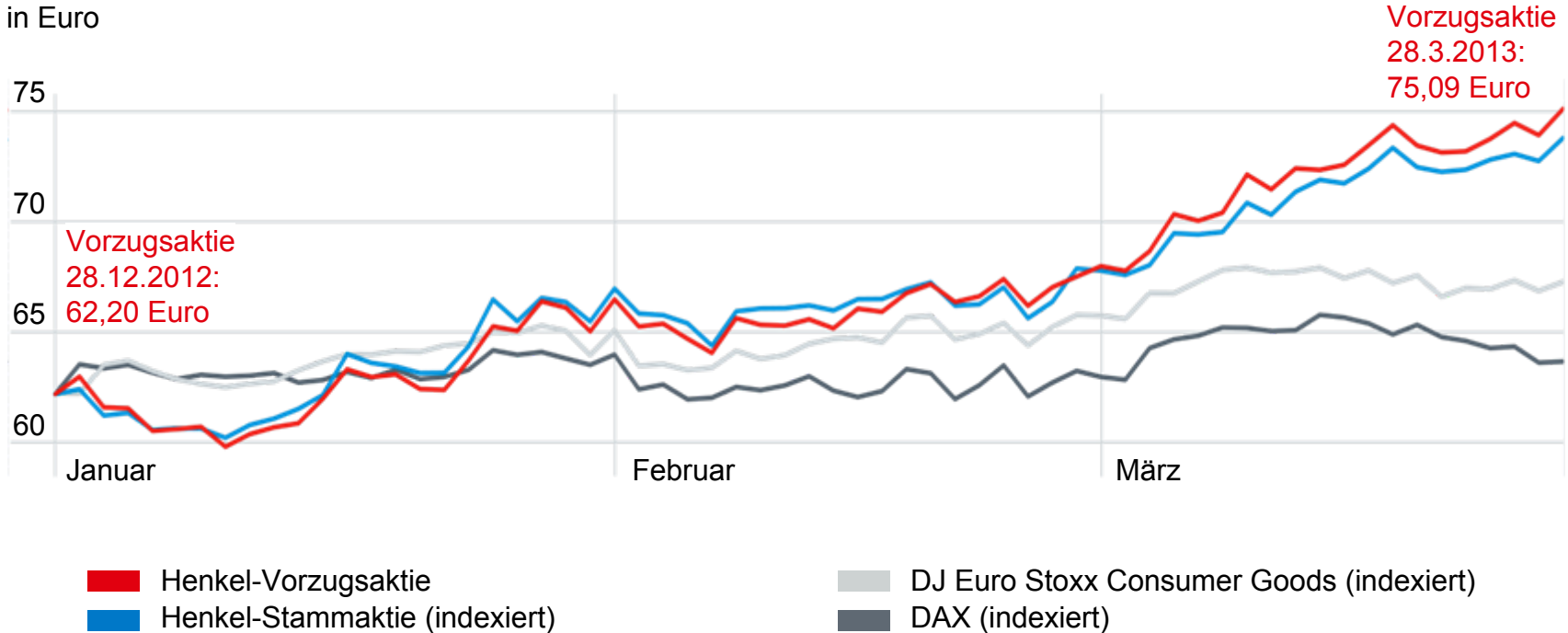
1. Quartal 2013



Entwicklung der Henkel-Aktien im Marktvergleich

1. Quartal 2013

in Euro



Laundry & Home Care

Wichtige Kennzahlen¹ 1. Quartal 2013

1.177 Mio Euro

Umsatz

+8,0 %

organisches
Umsatzwachstum

15,0 %

bereinigte²
Umsatzrendite (EBIT)

29 %

Anteil am
Konzernumsatz

176 Mio Euro / **+9,9 %**

bereinigtes² betriebliches
Ergebnis (EBIT) / Steigerung
gegenüber Vorjahr

29,7 %

Rendite auf das
eingesetzte
Kapital (ROCE)³

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

² Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

³ Vorjahresquartal angepasst unter Anwendung von IAS 8.

Laundry & Home Care

Innovation 1. Quartal 2013



Vernel Aroma-Therapie

Ätherische Öle, Kräuter- und Blütenessenzen sind seit Jahrtausenden für ihre positive Wirkung auf das geistige und körperliche Wohlbefinden bekannt. Die einzigartigen Rezepturen von Vernel Aroma-Therapie mit ätherischen Ölen verbinden langanhaltende, unvergleichliche Weichheit der Wäsche mit verführerischen Düften. Die drei Duftvarianten entfalten beim Tragen der Wäsche eine sinnliche Wirkung auf Körper und Geist.
www.vernel.de

Beauty Care

Wichtige Kennzahlen¹ 1. Quartal 2013

873 Mio Euro
Umsatz

+4,0 %
organisches
Umsatzwachstum

14,9 %
bereinigte²
Umsatzrendite (EBIT)

22 %
Anteil am
Konzernumsatz

130 Mio Euro / **+5,2 %**
bereinigtes² betriebliches
Ergebnis (EBIT) / Steigerung
gegenüber Vorjahr

25,0 %
Rendite auf das
eingesetzte
Kapital (ROCE)

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

² Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Beauty Care

Innovation 1. Quartal 2013



Gliss Kur Ultimate Oil Elixir

Mit Gliss Kur Ultimate Oil Elixir definiert Schwarzkopf die Repair-Pflege neu – für eine luxuriöse Haarqualität. Die einzigartige Formel mit nährendem Öl-Elixier und goldenen Partikeln repariert überstrapaziertes, strohiges Haar in der Tiefe und stärkt die Haarstruktur: für eine völlig neue Repair-Kraft und bis zu 95 Prozent weniger Haarbruch. Gliss Kur Ultimate Oil Elixir – der Goldstandard der Repair-Pflege.

www.glisskur.schwarzkopf.de

Adhesive Technologies

Wichtige Kennzahlen¹ 1. Quartal 2013

1.944 Mio Euro

Umsatz

-1,2 %

organisches
Umsatzwachstum

16,5 %

bereinigtes²
Umsatzrendite (EBIT)

48 %

Anteil am
Konzernumsatz

320 Mio Euro / **+10,8 %**

bereinigtes² betriebliches
Ergebnis (EBIT) / Steigerung
gegenüber Vorjahr

18,5 %

Rendite auf das
eingesetzte
Kapital (ROCE)

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

² Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Adhesive Technologies

Innovation 1. Quartal 2013



Ceresit CM 77 UltraFlex

Der neue multifunktionale und hochflexible Fliesenklebstoff Ceresit CM 77 UltraFlex basiert auf der Henkel-eigenen FlexTec-Technologie. Der gebrauchsfertige Klebstoff bietet eine sehr hohe Verbundhaftung in Kombination mit einem elastischen Kleberbett. Das Produkt hat ein sehr breites Anwendungsspektrum und ermöglicht eine einfachere Verarbeitung bei der Fliesenverklebung auch auf schwierigen Untergründen.

www.ceresit-bautechnik.de