

Eine Welt der Marken



Qualität von

Henkel

A Brand like a friend

Kennzahlen Henkel Konzern

in Mio. Euro

	3. Q/2006	3. Q/2007	Veränderung ¹⁾	1 – 9/2006	1 – 9/2007	Veränderung ¹⁾
Umsatz	3.260	3.358	3,0 %	9.538	9.888	3,7 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	321	359	12,0 %	975	1.021	4,7 %
Wasch-/Reinigungsmittel	125	126	0,7 %	347	354	2,0 %
Kosmetik/Körperpflege	89	95	6,4 %	258	275	6,5 %
Adhesives Technologies	139	164	18,5 %	460	475	3,2 %
Umsatzrendite (EBIT) in %	9,8	10,7	0,9 pp	10,2	10,3	0,1 pp
Ergebnis vor Steuern	298	337	13,1 %	891	956	7,3 %
Quartals-/Dreivierteljahresüberschuss	217	245	12,9 %	650	694	6,8 %
Quartals-/Dreivierteljahresüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter	211	238	12,8 %	635	677	6,6 %
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,49	0,55	12,2 %	1,48	1,57	6,1 %
Ergebnis je Stammaktie in Euro	0,49	0,55	12,2 %	1,47	1,56	6,1 %
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in %	14,4	16,3	1,9 pp	14,5	15,4	0,9 pp
Investitionen in Sachanlagen	102	136	33,3 %	283	357	26,1 %
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	87	87	0 %	254	263	3,5 %
Anzahl der Mitarbeiter (30. September)	52.327	53.024	1,3 %	52.327	53.024	1,3 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

pp = Prozentpunkte

Inhalt

Quartalsbericht

03 Quartalsbericht|Highlights 3. Quartal 2007

04 Aktuelles

04 Die Aktie

05 Berichterstattung 3. Quartal 2007

05 Geschäftsverlauf im 3. Quartal 2007

07 Regionale Entwicklung

09 Entwicklung der Unternehmensbereiche

Dreivierteljahresfinanzbericht

12 Konzernzwischenlagebericht

12 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

12 Geschäftsverlauf Januar bis September 2007

13 Bilanz

14 Kapitalflussrechnung

14 Investitionen

14 Akquisitionen und Divestments

14 Mitarbeiter

14 Forschung und Entwicklung

14 Wesentliche Beteiligung

14 Bericht zu wesentlichen Geschäften mit nahe stehenden Unternehmen und Personen

15 Ausblick

15 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

15 Chancen und Risiken

15 Aktualisierte Umsatz- und Ergebnisprognose 2007

16 Konzernzwischenabschluss

16 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

17 Konzernbilanz

17 Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen

18 Konzern-Kapitalflussrechnung

19 Ausgewählte erläuternde Anhangangaben

19 Konzern-Segment-Berichterstattung

20 Aktiensplit 1:3

20 Ergebnis je Aktie

20 Veränderungen im Bestand eigener Aktien

21 Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

21 Konsolidierungskreis

22 Finanzkalender

23 Impressum

Quartalsbericht | Highlights 3. Quartal 2007

Finanzdaten

Umsatz:
plus 3,0 Prozent

Organisches Wachstum:
plus 6,0 Prozent

Bruttomarge:
plus 0,5 Prozentpunkte auf 46,5 Prozent

Betriebliches Ergebnis (EBIT)
bereinigt um Wechselkurseffekte:
plus 13,0 Prozent

Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS):
plus 12,2 Prozent

Aktualisierte Umsatzprognose:
Organisches Wachstum von 5 bis 6 Prozent

Wichtige Entwicklungen

Henkel schließt mit Akzo Nobel eine Back-to-Back-Vereinbarung über den Kauf der Klebstoff- und Electronic-Materials-Geschäfte von National Starch ab

Organisches Wachstum in allen Unternehmensbereichen oberhalb der relevanten Märkte

Zweistelliges Umsatzwachstum in den Wachstumsregionen (wechsellkursbereinigt)

EBIT bereinigt um einmalige Erträge und Restrukturierungsaufwendungen:
plus 8,4 Prozent

EPS bereinigt um einmalige Erträge und Restrukturierungsaufwendungen:
plus 9,6 Prozent

Innovationen



**Purex UltraConcentrate
Natural Elements**

Umweltfreundliches Konzentrat, das Gewicht spart und leichter zu handhaben ist. Auch die Inhaltsstoffe entstammen der Natur.



Diadermine Age ExCellium

Der neue Kaviar-Protein-Komplex wirkt wie eine Frischzellenkur und verbessert die Zellerneuerung um bis zu 40 Prozent.



DORUS FD 150/6 LS

Die innovative Systemlösung für Hochglanz-Folien. Dieser einkomponentige reaktive Klebstoff zeichnet sich durch eine niedrige Aktivierungstemperatur und hohe Wärmestandfestigkeit aus.

Aktuelles

Am 14. September stellten wir im Rahmen der jährlichen Wissenschaftspressekonferenz in Düsseldorf exzellente Forschungsergebnisse und attraktive Produkte vor, die unserer lebendigen Innovationskultur entstammen. Dazu zählten neue Forschungsansätze in der Haarbiologie, funktionelle Genomforschung für Waschmittelenzyme mithilfe der Weißen Biotechnologie, computergestützte Methoden für die Produktentwicklung sowie crashfeste Klebstoffe und Kompositmaterialien.

Am 1. Oktober startete Henkel die erste „Henkel Innovation Challenge“, einen internationalen Innovations-Wettbewerb für Studenten. Thema ist das Leben im Jahr 2050: Welche ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen werden dann unseren Alltag prägen? Und welche Anforderungen ergeben sich daraus für Produkte und Business-Konzepte der Zukunft? Gesucht werden kreative Ideen rund um den Henkel-Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel. Henkel fordert alle interessierten Studenten auf, ihrer Kreativität freien Lauf zu lassen und in Dreier-Teams innovative Konzepte zu entwickeln. Die Bewerbungsfrist für die erste, nationale Runde endet am 21. November 2007. Mehr Informationen zur „Henkel Innovation Challenge“ unter www.henkelchallenge.com.

Die Aktie

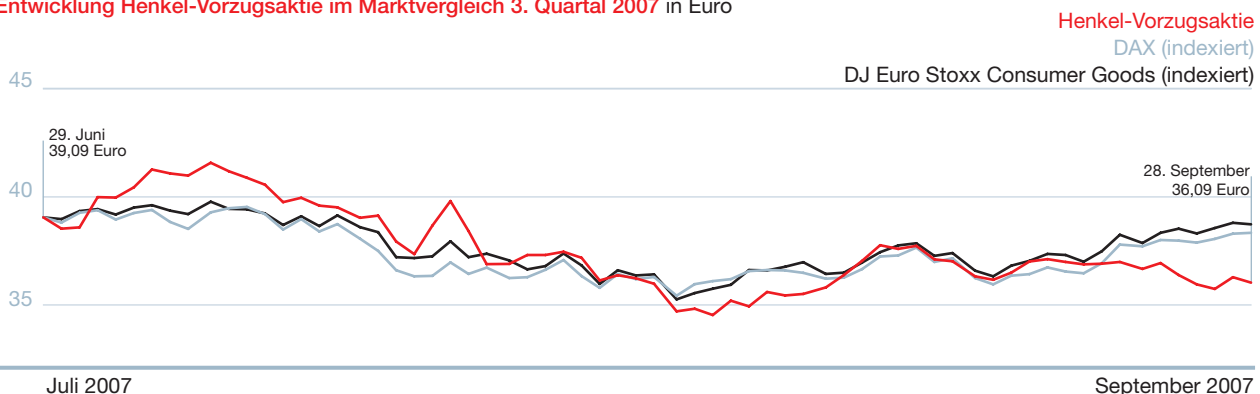
Am 24. September wurde die Henkel-Vorzugsaktie im Marktsektor Non-durable Household Products (kurzlebige Konsumgüter) in den Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World) aufgenommen. Damit gehört Henkel zu den Unternehmen, die bezogen auf das Thema Nachhaltigkeit führend in diesem Bereich sind.

Der Kurs der Henkel-Vorzugsaktie fiel gegenüber dem Schlusskurs des 2. Quartals 2007 um 7,7 Prozent von 39,09 Euro auf 36,09 Euro. Der DAX verlor im gleichen Zeitraum 1,8 Prozent und der Branchenindex Dow Jones Euro Stoxx Consumer Goods ging um 0,8 Prozent zurück.



Den Geschäftsbericht, unsere Quartalsberichte, aktuelle Daten zu den Henkel-Aktien sowie Nachrichten, Finanzberichte und Präsentationen zum Unternehmen finden Sie auf der Investor-Relations-Internetseite www.henkel.de/jr.

Entwicklung Henkel-Vorzugsaktie im Marktvergleich 3. Quartal 2007 in Euro



Berichterstattung 3. Quartal 2007

Geschäftsverlauf im 3. Quartal 2007

Im 3. Quartal 2007 steigerten wir den Umsatz auf 3.358 Mio. Euro. Das Wachstum gegenüber dem Vorjahreswert betrug 3,0 Prozent. Bereinigt um Wechselkurseffekte erhöhte sich der Umsatz um 4,7 Prozent. Das organische Wachstum, bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, lag erneut oberhalb unseres Ausblicks und erreichte sehr erfreuliche 6,0 Prozent.

Alle Unternehmensbereiche trugen zum organischen Umsatzwachstum bei und wuchsen wieder stärker als die relevanten Märkte. Im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel lag das organische Wachstum bei guten 4,3 Prozent. Kosmetik/Körperpflege setzte den positiven Trend fort und wuchs mit 7,3 Prozent besonders dynamisch. Im Unternehmensbereich Adhesives Technologies lag das organische Umsatzwachstum bei starken 6,4 Prozent.

Die Bruttomarge stieg um 0,5 Prozentpunkte auf 46,5 Prozent. Dazu trugen vor allem höhere Preise bei. Wir haben weiterhin in unsere Marken investiert. Deshalb stiegen die Marketing- und Vertriebsaufwendungen um 2,9 Prozent an. Die Ausgaben für Werbung und Verkaufsförderung erhöhten wir ebenfalls im unteren einstelligen Prozentbereich. Für Forschung und

Entwicklung wendeten wir insgesamt 87 Mio. Euro auf. Damit betrug der Anteil am Umsatz 2,6 Prozent. Die Verwaltungsaufwendungen gingen dank unserer kostensenkenden Maßnahmen und entfallender Projektausgaben stark um 7,1 Prozent zurück. Der Saldo aus sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen sank von 12 Mio. Euro auf 4 Mio. Euro.

Die Restrukturierungsaufwendungen gingen im Vergleich zum Vorjahresquartal von 19 Mio. Euro auf 9 Mio. Euro zurück. Einmalige Erträge oder Aufwendungen sind weder in diesem noch im Vorjahresquartal angefallen.

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) steigerten wir um 12,0 Prozent auf 359 Mio. Euro, bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Plus 13,0 Prozent. Bereinigt um Restrukturierungsaufwendungen stieg der EBIT um 8,4 Prozent von 340 Mio. Euro auf 368 Mio. Euro.

Die Umsatzrendite (EBIT) lag mit 10,7 Prozent um 0,9 Prozentpunkte über dem Niveau des Vorjahresquartals. Bereinigt um die Restrukturierungsaufwendungen erhöhte sich die Umsatzrendite um 0,6 Prozentpunkte von 10,4 Prozent auf 11,0 Prozent. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) erhöhte sich insbesondere aufgrund des verbesserten EBIT um 1,9 Prozentpunkte auf 16,3 Prozent.

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2007	3.358	9.888
2006	3.260	9.538
Veränderung zum Vorjahr	3,0 %	3,7 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2007	359	1.021
2006	321	975
Veränderung zum Vorjahr	12,0 %	4,7 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	13,0 %	6,7 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Quartals-/Dreivierteljahresüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2007	238	677
2006	211	635
Veränderung zum Vorjahr	12,8 %	6,6 %

Das Beteiligungsergebnis stieg vor allem aufgrund der entfallenen Wertberichtigung auf unsere in der Zwischenzeit veräußerte Beteiligung an der Lion Corporation, Japan, um 9 Mio. Euro auf 22 Mio. Euro. Das Zinsergebnis ging dagegen um 8 Mio. Euro von –36 Mio. Euro auf –44 Mio. Euro zurück. Das Finanzergebnis verbesserte sich leicht um 1 Mio. Euro auf –22 Mio. Euro. Die Steuerquote lag mit 27,3 Prozent auf dem Niveau des Vorjahresquartals.

Umsatzveränderung¹⁾

	3. Q	1 – 9
Veränderung zum Vorjahr	3,0 %	3,7 %
Wechselkurseffekte	–1,7 %	–2,4 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	4,7 %	6,1 %
Akquisitionen/Divestments	–1,3 %	–0,3 %
organisch	6,0 %	6,4 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzrendite (EBIT)

	3. Q	1 – 9
2007	10,7 %	10,3 %
2006	9,8 %	10,2 %
Veränderung zum Vorjahr	0,9 pp	0,1 pp

pp = Prozentpunkte

Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro

	3. Q	1 – 9
2007	0,55	1,57
2006	0,49	1,48
Veränderung zum Vorjahr	12,2 %	6,1 %

Der Quartalsüberschuss erhöhte sich aufgrund des höheren EBIT um 12,9 Prozent auf 245 Mio. Euro. Nach Anteilen anderer Gesellschafter in Höhe von 7 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 238 Mio. Euro (+12,8 Prozent). Der bereinigte Quartalsüberschuss konnte um 8,4 Prozent auf 244 Mio. Euro erhöht werden. Das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) stieg um 12,2 Prozent auf 0,55 Euro. Bereinigt betrug der Anstieg 9,6 Prozent auf 0,57 Euro.



Regionale Entwicklung

Eckdaten Henkel nach Regionen¹⁾ 3. Quartal 2007 in Mio. Euro

Regionen	Europa/ Afrika/ Nahost	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz Juli – September 2007	2.171	667	175	282	63	3.358
Umsatz Juli – September 2006	2.063	709	166	262	60	3.260
Veränderung zum Vorjahr	5,2 %	-6,0 %	5,5 %	7,7 %	-	3,0 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	5,1 %	0,8 %	8,6 %	9,1 %	-	4,7 %
Anteil am Konzernumsatz Juli – September 2007	65 %	20 %	5 %	8 %	2 %	100 %
Anteil am Konzernumsatz Juli – September 2006	63 %	22 %	5 %	8 %	2 %	100 %
EBIT Juli – September 2007	263	88	13	21	-26	359
EBIT Juli – September 2006	235	96	8	14	-32	321
Veränderung zum Vorjahr	11,9 %	-9,3 %	59,3 %	62,0 %	-	12,0 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	11,4 %	-2,1 %	60,2 %	66,3 %	-	13,0 %
Umsatzrendite (EBIT) Juli – September 2007	12,1 %	13,1 %	7,8 %	7,4 %	-	10,7 %
Umsatzrendite (EBIT) Juli – September 2006	11,4 %	13,6 %	5,1 %	4,9 %	-	9,8 %

Eckdaten Henkel nach Regionen¹⁾ Januar – September 2007 in Mio. Euro

Regionen	Europa/ Afrika/ Nahost	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz Januar – September 2007	6.398	1.965	517	827	181	9.888
Umsatz Januar – September 2006	5.997	2.093	491	774	183	9.538
Veränderung zum Vorjahr	6,7 %	-6,1 %	5,2 %	6,8 %	-	3,7 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	7,1 %	1,3 %	10,4 %	10,2 %	-	6,1 %
Anteil am Konzernumsatz Januar – September 2007	65 %	20 %	5 %	8 %	2 %	100 %
Anteil am Konzernumsatz Januar – September 2006	63 %	22 %	5 %	8 %	2 %	100 %
EBIT Januar – September 2007	775	235	40	54	-83	1.021
EBIT Januar – September 2006	736	258	31	40	-90	975
Veränderung zum Vorjahr	5,3 %	-9,0 %	27,7 %	36,0 %	-	4,7 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	5,6 %	-1,1 %	33,9 %	42,1 %	-	6,7 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – September 2007	12,1 %	12,0 %	7,8 %	6,5 %	-	10,3 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – September 2006	12,3 %	12,3 %	6,4 %	5,1 %	-	10,2 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

In der Region **Europa/Afrika/Nahost** steigerten wir unseren Umsatz um 5,2 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 5,1 Prozent. Dazu trugen alle Unternehmensbereiche bei. In Osteuropa wuchs der Umsatz, ebenfalls von allen Unternehmensbereichen getragen, erneut zweistellig. Im Bereich Wasch-/Reinigungsmittel fehlten die Umsätze aus dem veräußerten Randgeschäft mit Ölen und Fetten in der Türkei. Auch in Westeuropa haben wir Randgeschäfte verkauft. Aus diesem Grund entfielen Umsätze mit Handelsmarken im Bereich Wasch-/Reinigungsmittel und mit Düften und Parfums im Bereich Kosmetik/Körperpflege. Unser Stammgeschäft konnten wir weiter ausbauen. Das betriebliche Ergebnis der Region stieg um 11,9 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 11,4 Prozent. Die Umsatzrendite verbesserte sich gegenüber dem Vorjahresquartal um 0,7 Prozentpunkte auf 12,1 Prozent.

Aufgrund der Wechselkurseffekte ging der Umsatz in der Region **Nordamerika** um 6,0 Prozent zurück, bereinigt um Wechselkurseffekte stieg er um 0,8 Prozent. Hier entwickelte sich das Geschäft im Bereich Adhesives Technologies marktbedingt verhalten. Das Kosmetik/Körperpflegegeschäft zeigte ein erfreuliches Wachstum, das sich vor allem auf die Innovationen unter den Marken Dial und Right Guard stützte. Der Umsatz mit Wasch-/Reinigungsmitteln stieg trotz inten-

siven Wettbewerbs leicht an. Das betriebliche Ergebnis ging, bereinigt um Wechselkurseffekte, um 2,1 Prozent zurück. Die Umsatzrendite lag bei 13,1 Prozent.

Der Umsatz in der Region **Lateinamerika** stieg um 5,5 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 8,6 Prozent. Das Wachstum stammte aus allen Unternehmensbereichen, wobei Kosmetik/Körperpflege und Adhesives Technologies besonders stark zulegten. Das betriebliche Ergebnis erhöhte sich dank guter Umsätze und von noch niedriger Basis, bereinigt um Wechselkurseffekte, um 60,2 Prozent. Hierzu trugen alle Unternehmensbereiche bei. Die Umsatzrendite verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahresquartal deutlich um 2,7 Prozentpunkte auf 7,8 Prozent.

In der Region **Asien/Pazifik** lag der Umsatz um 7,7 Prozent über dem Vorjahresquartal, bereinigt um Wechselkurseffekte um 9,1 Prozent. Das Wachstum stammte vor allem aus den Unternehmensbereichen Adhesives Technologies sowie Wasch-/Reinigungsmittel. Das betriebliche Ergebnis stieg dank guter Umsätze und von niedriger Basis, bereinigt um Wechselkurseffekte, um 66,3 Prozent. Auch dieser Anstieg kam hauptsächlich aus den genannten Unternehmensbereichen. Die Umsatzrendite lag mit 7,4 Prozent um erfreuliche 2,5 Prozentpunkte über dem Vorjahresquartal.

Wasch-/Reinigungsmittel

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2007	1.053	3.146
2006	1.050	3.085
Veränderung zum Vorjahr	0,3 %	2,0 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2007	126	354
2006	125	347
Veränderung zum Vorjahr	0,7 %	2,0 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	1,9 %	4,3 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Der Umsatz des Unternehmensbereichs **Wasch-/Reinigungsmittel** stieg organisch um 4,3 Prozent. Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments hatten einen negativen Einfluss von 4,0 Prozent. In der Region Europa/Afrika/Nahost konnten wir den Umsatz weiter steigern, weil sich vor allem Osteuropa mit deutlich zweistelligen Wachstumsraten sehr gut entwickelte. Auch in der Region Asien/Pazifik erzielten wir ein erfreuliches Umsatzwachstum dank der dynamischen Entwicklung in Indien und Südkorea. In Nordamerika konnten wir nach einem schwächeren Vorquartal und trotz intensiven Wettbewerbs organisch wachsen.

Das betriebliche Ergebnis lag, bereinigt um Wechselkurseffekte, um 1,9 Prozent über dem hohen Niveau des Vorjahresquartals. Die Umsatzrendite betrug wie auch im Vorjahresquartal 11,9 Prozent und lag damit um 1,0 Prozentpunkte über dem ersten Halbjahr. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) erhöhte sich um 1,1 Prozentpunkte auf 18,2 Prozent.

Bei den *Waschmitteln* steigerten wir unseren Umsatz im Vergleich zum Vorjahresquartal. Dabei profitierten wir zum einen von der anhaltend guten Entwicklung bei den Universalwaschmitteln und den Weichspülern. Zum anderen trugen auch unsere Innovationen und Produkteinführungen zum Umsatzplus bei. So präsen-

Umsatzveränderung¹⁾

	3. Q	1 – 9
Veränderung zum Vorjahr	0,3 %	2,0 %
Wechselkurseffekte	-1,4 %	-2,1 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	1,7 %	4,1 %
Akquisitionen/Divestments	-2,6 %	-2,3 %
organisch	4,3 %	6,4 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzrendite (EBIT)

	3. Q	1 – 9
2007	11,9 %	11,2 %
2006	11,9 %	11,2 %
Veränderung zum Vorjahr	0,0 pp	0,0 pp

pp = Prozentpunkte

tiert sich das Flüssigwaschmittel unserer bedeutendsten Marke Persil zum 100. Geburtstag in der neuen Liquid Circle Bottle, deren innovatives Flaschendesign die Handhabung verbessert und ein einfaches, sauberes Dosieren erlaubt. Unseren erfolgreichen Weichspüler Vernel erweiterten wir mit der neuen Glamour Limited Edition um die drei Varianten Gold Deluxe, White Elegance und Blue Night.

Die *Reinigungsmittel* profitierten im dritten Quartal zum einen von der guten Umsatzentwicklung bei den Geschirrspülmitteln. Vor allem unser Maschinengeschirrspülmittel Somat setzte dabei seinen positiven Umsatztrend fort. Zum anderen stieg der Umsatz bei den Bad- und WC-Reinigern, besonders stark in Osteuropa. Mit dem neuen Bref Power Universal Reiniger brachte Henkel im dritten Quartal einen Allzweckreiniger mit verbesserter Kraftformel zur Anwendung im gesamten Haushalt auf den Markt.

Ausblick

Für das Jahr 2007 erwarten wir weiterhin ein über dem Marktdurchschnitt liegendes organisches Umsatzwachstum. Beim betrieblichen Ergebnis erwarten wir erneut einen Anstieg.

Kosmetik / Körperpflege

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2007	768	2.241
2006	742	2.130
Veränderung zum Vorjahr	3,5 %	5,2 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2007	95	275
2006	89	258
Veränderung zum Vorjahr	6,4 %	6,5 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	8,7 %	8,9 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** übertraf mit einem organischen Umsatzwachstum von 7,3 Prozent die Entwicklung der relevanten Märkte deutlich. Damit konnten wir den positiven Trend der ersten beiden Quartale erneut verstärken. Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments hatten einen negativen Einfluss von 3,8 Prozent. Zur anhaltend guten Entwicklung in unseren Kernmärkten Westeuropa und USA kam unsere besonders positive Geschäftsentwicklung in Osteuropa und Lateinamerika hinzu.

Unser Geschäftserfolg war auch in einem Anstieg des betrieblichen Ergebnisses um, wechsellkursbereinigt, 8,7 Prozent abzulesen. Die Umsatzrendite verbesserte sich ausgehend von dem hohen Niveau des Vorjahresquartals um 0,4 Prozentpunkte auf 12,5 Prozent. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) erhöhte sich auf 17,0 Prozent.

Das **Haarkosmetikgeschäft** setzte sein signifikantes Wachstum fort. In Europa erreichten unsere Marktanteile in allen Kategorien neue Höchststände. Unsere Haarpflegemarken Schauma und Gliss Kur entwickelten sich besonders erfreulich, und unsere neue Premium-Haarpflege Activ Dr. Hoting startete sehr gut. Bei den Colorationen standen die Brillance Fashion Collection und das um Golden Gloss Browns erweiterte Palette-Sortiment im Vordergrund. Im Stylingbereich unterstützte die internationale Einführung von Drei Wetter Taft Sensitive das Wachstum.

Umsatzveränderung¹⁾

	3. Q	1 – 9
Veränderung zum Vorjahr	3,5 %	5,2 %
Wechselkurseffekte	-1,6 %	-2,1 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	5,1 %	7,3 %
Akquisitionen/Divestments	-2,2 %	1,3 %
organisch	7,3 %	6,0 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzrendite (EBIT)

	3. Q	1 – 9
2007	12,5 %	12,3 %
2006	12,1 %	12,1 %
Veränderung zum Vorjahr	0,4 pp	0,2 pp

pp = Prozentpunkte

Das **Körperpflegegeschäft** entwickelte sich weiter positiv. Fa profitierte in den wichtigen Kategorien Duschgel und Deo überproportional von der Einführung der Linie Natural. Dial steigerte den US-Umsatz dank der neuen Joghurt-Varianten für die Flüssig- und Schaumseifen und mit der erfolgreichen Männerserie Dial for Men. In Großbritannien setzte der Markenrelaunch von Right Guard deutliche Akzente.

Unser **Hautpflegegeschäft** profitierte von der wichtigsten Marke Diadermine, mit der wir europaweit unsere Marktpositionen ausbauen konnten. Vor allem der Relaunch der größten Linie Diadermine Lift+ und der Start der Premium-Linie Diadermine Age ExCellium mit Kaviar-Protein-Komplex trugen hierzu bei.

Im **Mundpflegegeschäft** stand die internationale Einführung von Theramed Titan Fresh im Vordergrund.

Das **Friseurgeschäft** entwickelte sich in allen Regionen sehr positiv. Insbesondere Osteuropa war ein Hauptwachstumstreiber. Sehr erfreulich wuchs die Pflegeserie Bonacure. Auch die exklusive Pflegemarke SEAH bestätigte nach ihrem Relaunch den Wachstumstrend.

Ausblick

Wir erwarten für das Geschäftsjahr 2007 ein über dem Marktdurchschnitt liegendes organisches Umsatzwachstum. Beim betrieblichen Ergebnis erwarten wir erneut einen Anstieg.

Adhesives Technologies

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2007	1.474	4.320
2006	1.408	4.140
Veränderung zum Vorjahr	4,6 %	4,3 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	3. Q	1 – 9
2007	164	475
2006	139	460
Veränderung zum Vorjahr	18,5 %	3,2 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	20,4 %	6,0 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Der Unternehmensbereich **Adhesives Technologies** setzte seine positive Entwicklung fort und steigerte den Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal organisch um 6,4 Prozent. Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments hatten einen negativen Einfluss von 1,8 Prozent. In den Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien/Pazifik erzielten wir erneut überdurchschnittliche Zuwachsraten. Die Region Nordamerika war marktbedingt leicht rückläufig.

Das betriebliche Ergebnis steigerten wir, bereinigt um Wechselkurseffekte, um 20,4 Prozent. Allerdings war das Vorjahresquartal durch Restrukturierungsaufwendungen belastet. Bereinigt auch um diese Aufwendungen erzielten wir ein zweistelliges prozentuales Ergebniswachstum. Dieser Anstieg resultierte aus dem starken Umsatzwachstum, erfolgreich durchgesetzten Preiserhöhungen und einem strikten Kostenmanagement. Die Umsatzrendite steigerten wir um 1,3 Prozentpunkte auf 11,1 Prozent. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) verbesserte sich um 2,1 Prozentpunkte auf 17,4 Prozent.

Im Bereich *Handwerker und Konsumenten* entwickelten sich die Loctite-Sekundenkleber erneut sehr positiv, wozu der internationale Erfolg der „Hanging Man“-Werbekampagne beitrug. Auch die Montagekleber der Marke Pattex und die Fugendichtungsmassen legten weiter zu. Schwächer zeigte sich hingegen das Geschäft mit Klebebändern.

Umsatzveränderung¹⁾

	3. Q	1 – 9
Veränderung zum Vorjahr	4,6 %	4,3 %
Wechselkurseffekte	-2,1 %	-3,0 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	6,7 %	7,3 %
Akquisitionen/Divestments	0,3 %	0,5 %
organisch	6,4 %	6,8 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzrendite (EBIT)

	3. Q	1 – 9
2007	11,1 %	11,0 %
2006	9,8 %	11,1 %
Veränderung zum Vorjahr	1,3 pp	-0,1 pp

pp = Prozentpunkte

Das stärkste Wachstum verzeichnete erneut der Bereich *Bauklebstoffe*. Hier entwickelte sich unser Geschäft vor allem in Osteuropa und in der Region Naher Osten/Nordafrika weiter hervorragend. Wachstumstreiber waren insbesondere die Fliesenkleber und Produkte zur Feuchtigkeitsabdichtung der Marke Ceresit.

Unser Bereich *Industrie* entwickelte sich weiterhin sehr erfolgreich. Maßgeblich trugen hierzu die Märkte in Lateinamerika, Osteuropa und Asien bei. Wir nutzten unsere Wachstumschancen vor allem bei Produkten für die industrielle Instandhaltung der Marke Loctite und im Elektronikgeschäft, in dem wir vom Boom bei Speicherbausteinen und dem Trend zu preiswerten Mobiltelefonen profitierten. Trotz der Schwäche einzelner regionaler Automobilmärkte konnte unser Automobilgeschäft weltweit zulegen. Im Geschäft mit der Stahlindustrie und mit Herstellern langlebiger Gebrauchsgüter sowie bei Verpackungen setzte sich unser Wachstum fort.

Ausblick

Wir erwarten weiterhin eine positive Geschäftsentwicklung. Die Rohstoffmärkte zeigten sich unverändert angespannt. Wir werden daher weiterhin differenziert unsere Preise erhöhen. Für das Jahr 2007 erwarten wir ein über dem Marktdurchschnitt liegendes organisches Umsatzwachstum. Beim betrieblichen Ergebnis erwarten wir erneut einen Anstieg.

Konzernzwischenlagebericht

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Weltwirtschaft zeigte sich in den ersten neun Monaten dieses Jahres in einer insgesamt robusten Verfassung. Die US-Immobilienmarkt-Krise hatte dank rascher Zinssenkungen und weiterer expansiver geldpolitischer Maßnahmen der Zentralbanken bislang keine direkten negativen Auswirkungen auf das weltweite Wirtschaftswachstum. Allerdings fiel der Dollarkurs gegenüber dem des Euro deutlich. Insgesamt entwickelte sich die US-Wirtschaft verhalten, während sich Europa weiterhin positiv und die Wachstumsregionen Osteuropa, Lateinamerika und Asien/Pazifik nach wie vor dynamisch zeigten.

Die Ausgaben für den privaten Konsum in Europa stiegen moderat an. In den USA verlor der private Verbrauch zwar an Schwung, trug aber weiterhin zum Wirtschaftswachstum bei. Unverändert stark nahmen die privaten Konsumausgaben in den meisten Wachstumsregionen zu.

Die industrielle Entwicklung war weltweit stärker als die des privaten Konsums. Dies galt auch für Europa, während sich das verarbeitende Gewerbe in den USA verhaltener entwickelte. Weiterhin dynamisch zeigte sich die Industrie in den Wachstumsregionen, vor allem in Asien.

Die für Henkel wichtigen Abnehmerbranchen entwickelten sich unterschiedlich: In der Automobilindustrie nahm die Fahrzeug-Produktion in Nordamerika ab, weltweit verzeichnete dieser Bereich allerdings einen moderaten Anstieg, der vor allem von den Wachstumsregionen getragen wurde. In der Elektronikbranche schwenkte die Halbleiterindustrie auf einen moderaten Wachstumspfad ein. Positiv entwickelten sich weltweit die Verpackungsindustrie sowie das Metallgewerbe. Während die Bauwirtschaft in den USA rückläufig war, meldeten Osteuropa und die Region Afrika/Nahost weiterhin eine rege Bautätigkeit.

Geschäftsverlauf Januar bis September 2007

In den ersten 9 Monaten des Geschäftsjahres 2007 steigerten wir den Umsatz um 3,7 Prozent auf 9.888 Mio. Euro. Bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Wachstum 6,1 Prozent. Das organische Wachstum, bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, erreichte sehr erfreuliche 6,4 Prozent.

Alle Unternehmensbereiche trugen zum organischen Umsatzanstieg bei und wuchsen schneller als die relevanten Märkte. Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel profitierte sehr stark von den Aktivitäten zum 100-jährigen Jubiläum von Persil und erzielte ein sehr starkes organisches Wachstum von 6,4 Prozent. Kosmetik/Körperpflege erreichte im europäischen Haarkosmetikgeschäft in allen Kategorien neue Höchststände bei den Marktanteilen und wuchs um 6,0 Prozent. Der Unternehmensbereich Adhesives Technologies profitierte von der insgesamt robusten Verfassung der wichtigsten Abnehmerbranchen und erzielte ein erfreuliches organisches Wachstum von 6,8 Prozent.

Die Bruttomarge verbesserten wir – trotz weiter leicht gestiegener Rohstoffkosten – deutlich um 0,8 Prozentpunkte auf 46,7 Prozent. Der Anstieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ging vor allem auf höhere Preise zurück. Wir erhöhten unsere Marketing- und Vertriebsaufwendungen überproportional um 4,6 Prozent. Für Forschung und Entwicklung wendeten wir insgesamt 263 Mio. Euro (+3,5 Prozent) auf. Demgegenüber gingen die Verwaltungsaufwendungen vor allem dank unserer kostensenkenden Maßnahmen und entfallender Projektausgaben um 3,2 Prozent zurück. Der Saldo aus sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen sank spürbar von 97 Mio. Euro auf 20 Mio. Euro. Im Vorjahreszeitraum waren hier einmalige Erträge in Höhe von 16 Mio. Euro aus dem Verkauf des Nahrungsmittelgeschäfts von Dial und von 41 Mio.

Euro aus dem Verkauf des Isolierglasdichtstoff- und des Gummi-Metall-Haftmittel-Geschäfts enthalten. Im Berichtszeitraum erzielten wir aus einem Grundstücksverkauf einen Ertrag in Höhe von 8 Mio. Euro. Die Restrukturierungsaufwendungen lagen mit 32 Mio. Euro um 2 Mio. Euro höher als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) wuchs um 4,7 Prozent auf 1.021 Mio. Euro, bereinigt um Wechselkurseffekte betrug der Anstieg 6,7 Prozent. Hierzu trugen alle Unternehmensbereiche bei. Bereinigt um die genannten einmaligen Erträge und Restrukturierungsaufwendungen stieg der EBIT sogar um 10,3 Prozent von 948 Mio. Euro auf 1.045 Mio. Euro.

Die Umsatzrendite (EBIT) erhöhte sich um 0,1 Prozentpunkte auf 10,3 Prozent. Bereinigt um die einmaligen Erträge und die Restrukturierungsaufwendungen stieg die Umsatzrendite wesentlich stärker: um 0,7 Prozentpunkte von 9,9 Prozent auf 10,6 Prozent. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital erhöhte sich um 0,9 Prozentpunkte auf 15,4 Prozent.

Das Finanzergebnis verbesserte sich um 19 Mio. Euro auf -65 Mio. Euro, vor allem aufgrund der weggefallenen Wertberichtigung auf unsere im Vorjahr veräußerte Beteiligung an der Lion Corporation, Japan, sowie höherer Erträge aus dem Fondsvermögen zur Deckung der deutschen Pensionsverpflichtungen. Die Steuerquote erhöhte sich leicht um 0,4 Prozentpunkte auf 27,4 Prozent.

Der Dreivierteljahresüberschuss stieg um 6,8 Prozent auf 694 Mio. Euro. Nach Anteilen anderer Gesellschafter in Höhe von 17 Mio. Euro lag der Dreivierteljahresüberschuss bei 677 Mio. Euro. Der bereinigte Dreivierteljahresüberschuss konnte um 12,8 Prozent auf 694 Mio. Euro erhöht werden.

Das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) verbesserte sich um 6,1 Prozent auf 1,57 Euro, während das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie bei 1,61 Euro lag (+12,6 Prozent).

Bilanz

Die Bilanzsumme war zum 30. September 2007 mit 13.343 Mio. Euro annähernd auf dem Stand vom Ende des Geschäftsjahres 2006.

Im langfristigen Vermögen reduzierten sich die Immateriellen Vermögenswerte um 302 Mio. Euro, im Wesentlichen aufgrund von Währungseinflüssen gegenüber dem Euro. Das Finanzanlagevermögen ging um 38 Mio. Euro auf 527 Mio. Euro zurück, da die am Jahresende 2006 erworbene und im Finanzanlagevermögen gehaltene Beteiligung Accurus 2007 konsolidiert wurde. Des Weiteren erwarb unsere at equity bilanzierte Beteiligung Ecolab Inc., St. Paul, Minnesota, USA, eigene Aktien.

Das kurzfristige Vermögen stieg um 429 Mio. Euro gegenüber dem Ende des Vorjahres an, da sich die Vorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die anderen Forderungen und sonstigen Aktiva um 373 Mio. Euro erhöhten. Außerdem stiegen die Flüssigen Mittel um 56 Mio. Euro an.

Das Eigenkapital einschließlich der Anteile anderer Gesellschafter erhöhte sich um 146 Mio. Euro von 5.547 Mio. Euro auf 5.693 Mio. Euro. Hier standen dem Dreivierteljahresüberschuss von 694 Mio. Euro unter anderem Minderungen aus der Dividendenausschüttung von 220 Mio. Euro, aus der Währungsumrechnung in Höhe von 268 Mio. Euro, 44 Mio. Euro aus dem Aktienrückkauf der at equity bilanzierten Ecolab Inc. und versicherungsmathematische Verluste in Höhe von 27 Mio. Euro gegenüber.

Die Eigenkapitalquote (Eigenkapital mit Anteilen anderer Gesellschafter/Bilanzsumme) stieg um 1,1 Prozentpunkte auf 42,7 Prozent und liegt damit über dem Niveau des Vorjahres.

Die langfristigen Verbindlichkeiten verminderten sich um 117 Mio. Euro. Höhere Bewertungszinssätze infolge des gestiegenen Zinsniveaus trugen zu einem Rückgang der Pensions- und ähnlichen Verpflichtungen bei.

Der Rückgang bei den kurzfristigen Verbindlichkeiten um 32 Mio. Euro resultierte vornehmlich aus geringeren Finanzschulden, während die kurzfristigen Rückstellungen und die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen aufgebaut wurden. Die Nettoverschuldung, das heißt die Finanzschulden unter Berücksichtigung der Flüssigen Mittel, konnte um 232 Mio. Euro abgebaut werden.

Kapitalflussrechnung

Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** belief sich auf 776 Mio. Euro und lag um 36 Mio. Euro unter dem Vorjahresniveau. Dieses geht im Wesentlichen auf einen geringeren Aufbau der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zurück.

Der **Cashflow aus Investitions-/Akquisitionstätigkeit** in Höhe von -243 Mio. Euro verbesserte sich aufgrund der verhaltenen Akquisitionstätigkeit. Demgegenüber stiegen die Investitionen in Sachanlagen.

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** zeigte einen um 116 Mio. Euro geringeren Mittelabfluss im Vergleich zum Vorjahr. Zwar stiegen einerseits die Ausschüttungen der Henkel KGaA und die Netto-Zinszahlungen, andererseits verminderten sich die Finanzschulden währungsbereinigt um 53 Mio. Euro und damit weniger stark als im Vorjahr.

Der **Free Cashflow** reduzierte sich um 205 Mio. Euro auf 358 Mio. Euro. Zu berücksichtigen ist, dass im Vorjahr Zuflüsse aus dem Verkauf des Nahrungsmittelgeschäfts von Dial und der Geschäfte im Bereich Technologies in Höhe von 200 Mio. Euro enthalten waren.

Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen bestehender Geschäfte betrugen 357 Mio. Euro, nach 283 Mio. Euro im Vorjahr. In Immaterielle Vermögenswerte wurden 25 Mio. Euro investiert (Vorjahr: 34 Mio. Euro).

Akquisitionen und Divestments

Am 13. August 2007 schlossen Henkel und Akzo Nobel eine Back-to-Back-Vereinbarung über den Kauf der Klebstoff- und Electronic-Materials-Geschäfte der National Starch and Chemical Company in Bridgewater, NJ, USA, ab. Der Kaufpreis beträgt 2,7 Mrd. GBP (knapp 4 Mrd. Euro). Bedingung für diese Transaktion ist, dass Akzo Nobel ICI übernehmen wird. Der Abschluss die-

ser Transaktion steht außerdem unter dem Vorbehalt der kartellrechtlichen Genehmigung. Das Closing der Transaktion wird für Anfang des 2. Quartals 2008 erwartet.

Mitarbeiter

Am 30. September 2007 beschäftigten wir 53.024 Mitarbeiter. Dies war ein leichter Anstieg gegenüber dem Vorjahr. Der Anteil der Mitarbeiter außerhalb Deutschlands betrug unverändert 80 Prozent.

Forschung und Entwicklung

Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung erhöhten sich auf 263 Mio. Euro (+3,5 Prozent). Dies entspricht – ebenso wie im Vorjahr – einem Anteil von 2,7 Prozent am Umsatz.

Wesentliche Beteiligung

Henkel ist mit 29,6 Prozent an Ecolab Inc., St. Paul, Minnesota, USA, beteiligt. Ecolab Inc. erzielte in den ersten 9 Monaten 2007 einen Umsatz von 4.030 Mio. US-Dollar (+11,2 Prozent). Der Dreivierteljahresüberschuss stieg gegenüber dem Vorjahr um 11,5 Prozent auf 313,8 Mio. US-Dollar. Der Marktwert der Ecolab-Beteiligung betrug zum 30. September 2007 rund 2,4 Mrd. Euro.

Bericht zu wesentlichen Geschäften mit nahe stehenden Unternehmen und Personen

Die Jahr Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG hat mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Henkel KGaA am 25. Juni 2007 die Schwelle von 3 Prozent unterschritten hat und zu diesem Tag mit 749.609 Stimmrechten 0,29 Prozent betrug. Die bis zum 25. Juni 2007 mit den Mitgliedern des Aktienbindungsvertrags Henkel bestehende Stimmvereinbarung wurde beendet. Zu weiteren Einzelheiten wird auf den Konzernabschluss 2006 verwiesen.

Ausblick

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Auch wenn die Folgen der US-Immobilienkrise noch nicht endgültig absehbar sind, bleiben die Aussichten für das wirtschaftliche Umfeld insgesamt dennoch günstig. Dementsprechend gehen wir von einer positiven Entwicklung unserer Märkte aus. Die Rohstoffpreise stiegen zuletzt wieder etwas stärker an. Darauf werden wir selektiv mit Preiserhöhungen reagieren und gleichzeitig unsere kostensenkenden Maßnahmen fortführen. Bei unseren eigenen Rohstoff- und Verpackungskosten gehen wir weiterhin von einem geringen Anstieg aus.

Chancen und Risiken

Chancen ergeben sich aus den insgesamt günstigen Rahmenbedingungen der Weltwirtschaft und unserer Branchen. Darüber hinaus sehen wir Chancen in unserer Innovationsinitiative sowie in unserem zunehmenden Engagement in den sich dynamisch entwickelnden Wachstumsregionen.

Risiken sehen wir in einem starken Anstieg der Rohstoffpreise sowie in einem intensiveren Wettbewerb, auf den wir mit verstärkten Marktinvestitionen reagieren müssten. Zudem könnte sich eine verschärfende US-Immobilienkrise negativ auf das Wachstum der Weltwirtschaft auswirken.

Aktualisierte Umsatz- und Ergebnisprognose 2007

Unter Berücksichtigung der positiven Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten erwarten wir jetzt für das Gesamtjahr ein organisches Umsatzwachstum (bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments) von 5 bis 6 Prozent.

Für das betriebliche Ergebnis (EBIT) erwarten wir weiterhin einen Zuwachs, bereinigt um Wechselkurseffekte, oberhalb des organischen Umsatzwachstums.

Für das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) erwarten wir ebenfalls einen Zuwachs oberhalb des organischen Umsatzwachstums.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

3. Quartal 2007 in Mio. Euro

	3. Q/2006 ¹⁾	%	3. Q/2007	%	Veränderung
Umsatzerlöse	3.260	100,0	3.358	100,0	3,0 %
Kosten der umgesetzten Leistungen	1.760 ¹⁾	54,0	1.797	53,5	2,1 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.500¹⁾	46,0	1.561	46,5	4,2 %
Marketing- und Vertriebsaufwendungen	936 ¹⁾	28,7	963	28,8	2,9 %
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	87	2,7	87	2,6	0,0 %
Verwaltungsaufwendungen	168 ¹⁾	5,2	156	4,6	-7,1 %
Sonstige betriebliche Erträge	23	0,7	12	0,4	-47,8 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	11	0,3	8	0,2	-27,3 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	321	9,8	359	10,7	12,0 %
Beteiligungsergebnis	13	0,4	22	0,7	69,2 %
Zinsergebnis	-36	-1,1	-44	-1,3	22,2 %
Finanzergebnis	-23	-0,7	-22	-0,6	-4,3 %
Ergebnis vor Steuern	298	9,1	337	10,1	13,1 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-81	-2,5	-92	-2,7	13,6 %
Quartalsüberschuss	217	6,6	245	7,4	12,9 %
Anteile anderer Gesellschafter	-6	-0,2	-7	-0,2	16,7 %
Quartalsüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter	211	6,4	238	7,2	12,8 %
Ergebnis je Vorzugsaktie (Euro)	0,49		0,55		12,2 %
Ergebnis je Stammaktie (Euro)	0,49		0,55		12,2 %
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie (Euro)	0,49		0,55		12,5 %

¹⁾ Die Restrukturierungsaufwendungen sind anteilig den zugehörigen Funktionen zugeordnet worden.

Januar – September 2007 in Mio. Euro

	1 – 9/2006 ¹⁾	%	1 – 9/2007	%	Veränderung
Umsatzerlöse	9.538	100,0	9.888	100,0	3,7 %
Kosten der umgesetzten Leistungen	5.163 ¹⁾	54,1	5.271	53,3	2,1 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	4.375¹⁾	45,9	4.617	46,7	5,5 %
Marketing- und Vertriebsaufwendungen	2.749 ¹⁾	28,7	2.875	29,1	4,6 %
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	254	2,7	263	2,7	3,5 %
Verwaltungsaufwendungen	494 ¹⁾	5,2	478	4,8	-3,2 %
Sonstige betriebliche Erträge	157	1,5	75	0,8	-52,2 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	60	0,6	55	0,6	-8,3 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	975	10,2	1.021	10,3	4,7 %
Beteiligungsergebnis	47	0,5	65	0,6	38,3 %
Zinsergebnis	-131	-1,4	-130	-1,3	-0,8 %
Finanzergebnis	-84	-0,9	-65	-0,7	-22,6 %
Ergebnis vor Steuern	891	9,3	956	9,6	7,3 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-241	-2,5	-262	-2,6	8,7 %
Dreivierteljahresüberschuss	650	6,8	694	7,0	6,8 %
Anteile anderer Gesellschafter	-15	-0,2	-17	-0,2	13,3 %
Dreivierteljahresüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter	635	6,6	677	6,8	6,6 %
Ergebnis je Vorzugsaktie (Euro)	1,48		1,57		6,1 %
Ergebnis je Stammaktie (Euro)	1,47		1,56		6,1 %
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie (Euro)	1,47		1,57		6,8 %

¹⁾ Die Restrukturierungsaufwendungen sind anteilig den zugehörigen Funktionen zugeordnet worden.

Konzernbilanz

Konzernbilanz in Mio. Euro

	31.12.2006	%	30.9.2007	%
Immaterielle Vermögenswerte	5.487	41,1	5.185	38,9
Sachanlagen	2.078	15,6	2.102	15,8
Finanzanlagen	565	4,2	527	3,9
Andere langfristige Vermögenswerte	171	1,3	151	1,1
Latente Steuern	363	2,7	267	2,0
Langfristiges Vermögen	8.664	64,9	8.232	61,7
Vorräte	1.325	9,9	1.381	10,3
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.868	14,0	2.070	15,5
Andere kurzfristige Forderungen und Sonstige Vermögenswerte	436	3,3	534	4,0
Ertragsteuererstattungsansprüche	110	0,8	132	1,0
Flüssige Mittel/Wertpapiere	929	7,0	985	7,4
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	14	0,1	9	0,1
Kurzfristiges Vermögen	4.682	35,1	5.111	38,3
Aktiva insgesamt	13.346	100,0	13.343	100,0

	31.12.2006	%	30.9.2007	%
Eigenkapital ohne Anteile anderer Gesellschafter	5.487	41,2	5.627	42,2
Anteile anderer Gesellschafter	60	0,4	66	0,5
Eigenkapital mit Anteilen anderer Gesellschafter	5.547	41,6	5.693	42,7
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	788	5,9	677	5,1
Andere langfristige Rückstellungen	294	2,2	321	2,4
Langfristige Finanzschulden	2.322	17,4	2.289	17,1
Andere langfristige Verbindlichkeiten	126	0,9	165	1,2
Latente Steuern	427	3,2	388	2,9
Langfristige Verbindlichkeiten	3.957	29,6	3.840	28,7
Kurzfristige Rückstellungen	992	7,4	1.030	7,7
Kurzfristige Finanzschulden	1.012	7,6	869	6,5
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.494	11,2	1.585	12,0
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	344	2,6	326	2,4
Kurzfristige Verbindlichkeiten	3.842	28,8	3.810	28,6
Passiva insgesamt	13.346	100,0	13.343	100,0

Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen

in Mio. Euro

	1 – 9/2006	1 – 9/2007
Dreivierteljahresüberschuss	650	694
Währungskurseinflüsse	-342	-268
Derivative Finanzinstrumente	2	-
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-27	-27
Sonstige erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderungen	-9	-2
Wertveränderungen der Beteiligung an einem assoziierten Unternehmen	-	-44
Direkt im Eigenkapital erfasste Wertänderungen	-376	-341
Gesamtergebnis der Periode	274	353
– Anteile anderer Gesellschafter	19	15
– Anteil der Aktionäre der Henkel KGaA	255	338

Konzern-Kapitalflussrechnung

Konzern-Kapitalflussrechnung in Mio. Euro

	1 – 9/2006	1 – 9/2007
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	975	1.021
Ausgaben Ertragsteuern	-193	-200
Abschreibungen/Zuschreibungen Anlagevermögen (ohne Finanzanlagen)	251	256
Gewinne/Verluste aus Anlageabgängen (ohne Finanzanlagen)	-62	-8
Veränderung der Vorräte	-194	-115
Veränderungen der Forderungen und Sonstigen Vermögenswerte	-440	-361
Veränderungen der Verbindlichkeiten und Rückstellungen	475	183
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	812	776
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-34	-25
Investitionen in Sachanlagen	-283	-357
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	-376	-1
Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten	200	90
Erlöse aus Anlageabgängen	43	50
Cashflow aus Investitionstätigkeit/Akquisitionstätigkeit	-450	-243
Dividenden Henkel KGaA	-190	-211
Dividenden Tochterunternehmen (an andere Gesellschafter)	-10	-9
Zinseinnahmen	45	78
Dividendeneinnahmen	21	23
Zinsausgaben	-241	-277
<i>Dividenden- und Zinsergebnis</i>	<i>-375</i>	<i>-396</i>
Veränderung der Finanzschulden	-216	-53
Sonstige Finanzierungsvorgänge	40	14
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-551	-435
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	-189	98
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	-67	-42
Veränderung Flüssige Mittel/Wertpapiere	-256	56
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 1. Januar	1.212	929
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 30. September	956	985

Überleitung zum Free Cashflow in Mio. Euro

	1 – 9/2006	1 – 9/2007
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	812	776
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-34	-25
Investitionen in Sachanlagen	-283	-357
Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten	200	90
Erlöse aus Sonstigen Anlageabgängen	43	50
Erhaltene Dividenden/Zinssaldo	-175	-176
Free Cashflow	563	358

Konzern-Segment-Berichterstattung¹⁾ nach Unternehmensbereichen

3. Quartal 2007 in Mio. Euro

Unternehmensbereiche	Wasch-/ Reinigungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Adhesives Tech- nologies	Corporate	Konzern
Umsatz Juli – September 2007	1.053	768	1.474	63	3.358
Veränderung gegenüber Vorjahr	0,3 %	3,5 %	4,6 %	–	3,0 %
Anteil am Konzernumsatz	31 %	23 %	44 %	2 %	100 %
Umsatz Juli – September 2006	1.050	742	1.408	60	3.260
EBITDA Juli – September 2007	152	108	203	–19	444
EBITDA Juli – September 2006	152	101	174	–23	404
Veränderung gegenüber Vorjahr	–	6,6 %	16,1 %	–	10,1 %
Umsatzrendite (EBITDA) Juli – September 2007	14,4 %	14,1 %	13,8 %	–	13,2 %
Umsatzrendite (EBITDA) Juli – September 2006	14,5 %	13,6 %	12,4 %	–	12,4 %
EBIT Juli – September 2007	126	95	164	–26	359
EBIT Juli – September 2006	125	89	139	–32	321
Veränderung gegenüber Vorjahr	0,7 %	6,4 %	18,5 %	–	12,0 %
Umsatzrendite (EBIT) Juli – September 2007	11,9 %	12,5 %	11,1 %	–	10,7 %
Umsatzrendite (EBIT) Juli – September 2006	11,9 %	12,1 %	9,8 %	–	9,8 %
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Juli – September 2007	18,2 %	17,0 %	17,4 %	–	16,3 %
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Juli – September 2006	17,1 %	14,9 %	15,3 %	–	14,4 %

Januar – September 2007 in Mio. Euro

Unternehmensbereiche	Wasch-/ Reinigungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Adhesives Tech- nologies	Corporate	Konzern
Umsatz Januar – September 2007	3.146	2.241	4.320	181	9.888
Veränderung gegenüber Vorjahr	2,0 %	5,2 %	4,3 %	–	3,7 %
Anteil am Konzernumsatz	32 %	22 %	44 %	2 %	100 %
Umsatz Januar – September 2006	3.085	2.130	4.140	183	9.538
EBITDA Januar – September 2007	436	312	591	–61	1.278
EBITDA Januar – September 2006	432	292	568	–66	1.226
Veränderung gegenüber Vorjahr	0,9 %	6,7 %	3,9 %	–	4,2 %
Umsatzrendite (EBITDA) Januar – September 2007	13,9 %	13,9 %	13,7 %	–	12,9 %
Umsatzrendite (EBITDA) Januar – September 2006	14,0 %	13,7 %	13,7 %	–	12,9 %
EBIT Januar – September 2007	354	275	475	–83	1.021
EBIT Januar – September 2006	347	258	460	–90	975
Veränderung gegenüber Vorjahr	2,0 %	6,5 %	3,2 %	–	4,7 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – September 2007	11,2 %	12,3 %	11,0 %	–	10,3 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – September 2006	11,2 %	12,1 %	11,1 %	–	10,2 %
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar – September 2007	16,9 %	16,1 %	17,1 %	–	15,4 %
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar – September 2006	15,3 %	14,8 %	16,8 %	–	14,5 %

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Aktiensplit 1:3

Die Hauptversammlung beschloss am 16. April 2007, die Liquidität und Attraktivität der Henkel-Aktie durch einen Aktiensplit im Verhältnis 1:3 zu erhöhen. Diese Umstellung erfolgte am 18. Juni 2007.

Ergebnis je Aktie

Bei der Berechnung des Ergebnisses je Aktie 1–9/2007 wurde eine anteilige Dividende auf Basis der Dividendenausschüttung der Henkel KGaA für das Geschäftsjahr 2006 unterstellt, da unterjährig keine Beschlüsse zur Verwendung des Bilanzgewinnes erfolgen.

Unter Berücksichtigung des Aktien-Optionsprogramms ergab sich zum Abschlussstichtag 30. September 2007 ein verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie, das um weniger als einen Eurocent geringer war als das unverwässerte Ergebnis.

Veränderungen im Bestand eigener Aktien

Der Bestand eigener Aktien zum 30. September 2007 belief sich auf 5.099.755 Stück Vorzugsaktien. Dies entspricht einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 5,1 Mio. Euro (1,16 Prozent).

Durch die Ausübung von Optionen im Rahmen des Aktien-Optionsprogramms verringerte sich der Bestand eigener Aktien im Zeitraum 1–9/2007 um 358.739 Stück Vorzugsaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 0,4 Mio. Euro (0,08 Prozent).

Ergebnis je Aktie

	1 – 9/2006	1 – 9/2007
Dreivierteljahresüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter		
in Mio. Euro	635	677
Anzahl der im Umlauf befindlichen Stammaktien	259.795.875	259.795.875
Ergebnis je Stammaktie	1,47	1,56
in Euro		
Anzahl der im Umlauf befindlichen Vorzugsaktien ¹⁾	171.760.215	172.945.828
Ergebnis je Vorzugsaktie	1,48	1,57
in Euro		
Verwässerungseffekt aus Aktien-Optionsprogramm	1.103.668	424.950
Anzahl potenzieller Vorzugsaktien ohne Stimmrecht ²⁾	172.793.883	173.370.778
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	1,47	1,57
in Euro		

¹⁾ gewichteter Durchschnitt der Vorzugsaktien

²⁾ gewichteter Durchschnitt der Vorzugsaktien (korrigiert um potenzielle Zahl der Aktien nach Aktien-Optionsprogramm)

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der ungeprüfte Zwischenabschluss des Henkel Konzerns wurde wie der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2006 nach den Richtlinien der International Financial Reporting Standards (IFRS) und dementsprechend in Übereinstimmung mit IAS 34 „Interim Financial Reporting“ erstellt. Es gelten die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie für den Jahresabschluss 2006.

Wir haben die Bewertungsparameter zur Berechnung der Pensionsrückstellungen an die aktuelle Marktentwicklung angepasst.

Am 6. Juli 2007 stimmte der Bundesrat dem Unternehmenssteuerreformgesetz 2008 zu. Das Gesetz sieht unter anderem vor, ab dem Geschäftsjahr 2008 den Körperschaftsteuersatz von 25 auf 15 Prozent zu reduzieren. Der effektive Gewerbesteuersatz wird dagegen geringfügig ansteigen. Außerdem führt eine verbreiterte Bemessungsgrundlage sowohl bei der Körperschaftsteuer als auch bei der Gewerbesteuer zu einem Anstieg der Ertragsteuerbelastung. Gemäß IAS 12.47 sind die im Inland bestehenden latenten Steuern neu zu bewerten. Sofern es sich dabei um erfolgsneutral im Eigenkapital gebildete latente Steuern handelt, erfolgt dies erfolgsneutral im Eigenkapital. Ansonsten wird die Neubewertung erfolgswirksam im Ertragsteueraufwand/-ertrag vorgenommen.

Die Steuerquote ist entsprechend dem Standard IAS 12 unter Anwendung eines Steuersatzes von 40 Prozent der Henkel KGaA ermittelt. Ertragsteuern sind in

der Regel auf das Kalenderjahr bezogen. Zum Abschlussstichtag 30. September 2007 wurde deshalb der erwartete Steueraufwand ins Verhältnis zum prognostizierten Ergebnis vor Ertragsteuern unter Berücksichtigung sonstiger Einflussfaktoren gesetzt, um eine schlüssige Prognose für das Gesamtjahr 2007 zu erhalten.

Seit dem 1. Januar 2007 sind die Standards IFRS 7 „Financial Instruments: Disclosures“, Amendment zu IAS 1 „Presentation of Financial Statements: Capital Disclosures“ und Revised Guidance on Implementing IFRS 4 „Insurance Contracts“ verpflichtend anzuwenden. Diese Standards haben keine Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von Henkel, führen jedoch zu geänderten bzw. erweiterten Angabepflichten im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007.

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss sind neben der Henkel KGaA 10 inländische und 197 ausländische Gesellschaften zum 30. September 2007 einbezogen, bei denen die Henkel KGaA nach dem Kontroll-Konzept die Finanz- und Geschäftspolitik bestimmen kann. Dies ist in der Regel dann der Fall, wenn die Henkel KGaA direkt oder indirekt die Mehrheit der Stimmen besitzt. Gesellschaften mit einer Beteiligung von nicht mehr als der Hälfte der Anteile werden voll konsolidiert, sofern die Henkel KGaA direkt oder indirekt deren Finanz- und Geschäftspolitik bestimmen kann.

Die Beteiligung an Ecolab Inc., St. Paul, Minnesota, USA, wird nach der at-equity-Methode bilanziert.

Finanzkalender

**Bilanzpresse- und Analystenkonferenz 2008:
Mittwoch, den 27. Februar 2008**

**Hauptversammlung der Henkel KGaA 2008:
Montag, den 14. April 2008**

**Veröffentlichung des Berichts über
das 1. Quartal 2008:
Mittwoch, den 7. Mai 2008**

**Veröffentlichung des Berichts über
das 2. Quartal 2008:
Mittwoch, den 6. August 2008**

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 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 KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, wie z.B. das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Henkel hierzu eine gesonderte Verpflichtung.

Impressum

Gedruckt auf Papier aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff.
Alle Produktnamen sind geschützte Marken der Henkel KGaA, Düsseldorf, der mit ihr Verbundenen Unternehmen oder ihrer Kooperationspartner.

Herausgeber

Henkel KGaA
40191 Düsseldorf
Telefon: 02 11/7 97-0

© 2007 Henkel KGaA

Redaktion:

Corporate Communications, Investor Relations

Koordination: Rolf Juesten, Oliver Luckenbach,
Dirk Neubauer

Konzept und Design: Kirchhoff Consult AG, Hamburg

Fotos: Henkel

Gesamtproduktion: Schotte, Krefeld

Corporate Communications

Telefon: 02 11/7 97-35 33

Fax: 02 11/7 98-24 84

E-Mail: ernst.primosch@henkel.com

Investor Relations

Telefon: 02 11/7 97-39 37

Fax: 02 11/7 98-28 63

E-Mail: oliver.luckenbach@henkel.com



Responsible Care®



THE GLOBAL
COMPACT

Henkel

A Brand like a friend