

Q1 | 2011

Quartalsfinanzbericht Januar bis März



Henkel Excellence is our Passion

Kennzahlen Henkel-Konzern

in Mio. Euro	1. Q/2010	1. Q/2011	Veränderung ¹⁾
Umsatz	3.512	3.823	8,9%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	422	430	1,9%
Wasch-/Reinigungsmittel	151	100	-33,8%
Kosmetik/Körperpflege	100	112	12,6%
Adhesive Technologies	185	244	31,6%
Umsatzrendite (EBIT) in %	12,0	11,2	-0,8 pp
Ergebnis vor Steuern	368	393	6,8%
Quartalsüberschuss	266	290	9,0%
– Nicht beherrschende Anteile	-7	-5	-28,6%
– Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	259	285	10,0%
Ergebnis je Stammaktie in Euro	0,59	0,65	10,2%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,60	0,66	10,0%
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in %	15,0	15,3	0,3 pp
Investitionen in Sachanlagen	54	68	25,9%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	95	103	8,4%
Anzahl der Mitarbeiter (31. März)	48.426	48.188	-0,5%

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

pp = Prozentpunkte

Bereinigte¹⁾ Ergebnisgrößen

in Mio. Euro	1. Q/2010	1. Q/2011	Veränderung ²⁾
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT)	421	473	12,1%
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) in %	12,0	12,4	0,4 pp
Bereinigtes Ergebnis vor Steuern	367	436	18,8%
Bereinigter Quartalsüberschuss	265	319	20,4%
– Nicht beherrschende Anteile	-7	-5	-28,6%
– Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	258	314	21,7%
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,60	0,73	21,7%

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

pp = Prozentpunkte

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

Inhalt

03 Highlights 1. Quartal 2011	20 Chancen und Risiken
04 Aktuelles	21 Ausblick des Henkel-Konzerns 2011
04 Die Vorzugsaktie	21 Umsatz- und Ergebnisprognose 2012
05 Berichterstattung 1. Quartal 2011	21 Nachtragsbericht
05 Geschäftsverlauf im ersten Quartal 2011	22 Konzernzwischenabschluss 1. Quartal 2011
08 Regionale Entwicklung	27 Ausgewählte Anhangangaben
10 Entwicklung der Unternehmensbereiche	27 Konzernsegmentberichterstattung
10 Wasch- / Reinigungsmittel	28 Ergebnis je Aktie
12 Kosmetik / Körperpflege	28 Veränderungen im Bestand eigener Aktien
14 Adhesive Technologies	28 Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
16 Quartalsfinanzbericht 2011	28 Konsolidierungskreis
16 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	29 Akquisitionen und Divestments
16 Für Henkel wichtige Branchen	29 Gesamtergebnisrechnung
17 Auswirkungen auf Henkel	29 Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte
17 Ertragslage	29 Haftungsverhältnisse
17 Vermögenslage	29 Operating-Leasingverpflichtungen
18 Finanzlage	29 Stimmrechtsmitteilungen, Beziehungen zu
18 Investitionen	nahestehenden Unternehmen und Personen
19 Akquisitionen und Divestments	29 Erläuterungen zur Segmentberichterstattung
19 Mitarbeiter	29 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung
19 Forschung und Entwicklung	
19 Ausblick	30 Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht
19 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	31 Bericht des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats
	Impressum / Finanzkalender

Highlights 1. Quartal 2011

Finanzdaten

+ 7,2 %

Organisches Umsatzwachstum.

+ 1,6 %

Wasch-/Reinigungsmittel.

+ 5,7 %

Kosmetik/Körperpflege.

+ 11,5 %

Adhesive Technologies.

473 Mio. Euro

Bereinigtes¹⁾ betriebliches Ergebnis (EBIT):
plus 12,1 Prozent.

12,4 %

Bereinigte¹⁾ Umsatzrendite (EBIT):
plus 0,4 Prozentpunkte.

0,73 Euro

Bereinigtes¹⁾ Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS):
plus 21,7 Prozent.

Wichtige Entwicklungen

Wasch-/Reinigungsmittel mit positiver Umsatzentwicklung, Ergebnis belastet durch höhere Rohstoffpreise.

Netto-Umlaufvermögen um 0,6 Prozentpunkte auf 7,9 Prozent vom Umsatz verbessert.

Kosmetik/Körperpflege setzt sehr starke Umsatzentwicklung fort, kombiniert mit signifikanter Margensteigerung.

Nettoverschuldung auf 2,1 Mrd. Euro reduziert.

Adhesive Technologies mit weiterhin kräftigem Umsatzwachstum und signifikanter Ergebnissteigerung.

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen (0 Mio. Euro) und Erträge (0 Mio. Euro) sowie Restrukturierungsaufwendungen (43 Mio. Euro).

Aktuelles

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



www.henkel.de/ir

Mit Wirkung zum 1. Januar 2011 haben Jan-Dirk Auris und Bruno Piacenza ihre Tätigkeit im Vorstand von Henkel aufgenommen. Jan-Dirk Auris übernahm zum Jahresanfang die Leitung des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies von Thomas Geitner. Am 1. März 2011 übernahm Bruno Piacenza die Verantwortung für den Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel von Dr. Friedrich Stara, der Ende Februar 2011 in den Ruhestand trat.

Im vierten Jahr in Folge wurde Henkel in die Liste der „World's Most Ethical Companies“ aufgenommen. Das Ranking des US-amerikanischen Ethisphere Institute zeichnet weltweit Unternehmen für ethisch vorbildliche Unternehmensführung aus.

Im zweiten Jahr in Folge hat das CRF Institute, eines der führenden Forschungsinstitute im Bereich Arbeitgeberzertifizierung, Henkel als „Top Arbeitgeber Deutschland 2011“ ausgezeichnet.

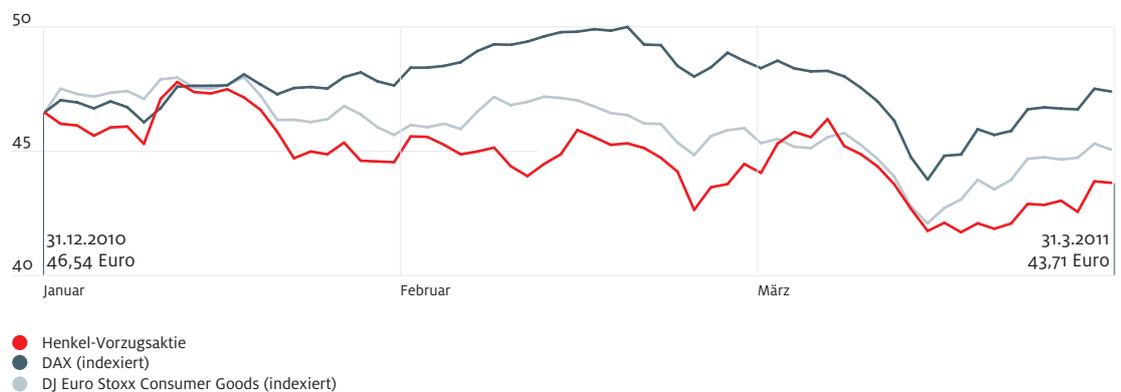
Die Vorzugsaktie

Die Aktienmärkte verzeichneten im ersten Quartal 2011 uneinheitliche Kursentwicklungen. Während der DAX sich in diesem Zeitraum um 1,8 Prozent verbesserte, verlor der Dow Jones Euro Stoxx Consumer Goods Index –3,2 Prozent. Der Kurs der Henkel-Vorzugsaktie ging in diesem Marktumfeld von 46,54 Euro um –6,1 Prozent auf 43,71 Euro zurück. Damit entwickelte sich unsere Aktie unterproportional zum DAX und zu den Aktien aus dem Konsumgüterbereich.

Aktionäre, die die Henkel-Vorzugsaktie seit Emission im Jahr 1985 halten und die ihnen zugeflossenen Dividenden (ohne Steuerabzug) wieder in die Aktie investiert haben, erreichten bis Ende des ersten Quartals 2011 eine durchschnittliche jährliche Rendite von 10,7 Prozent vor Steuern.

Entwicklung Henkel-Vorzugsaktie im Marktvergleich im ersten Quartal 2011

in Euro



Kennzahlen zur Henkel-Aktie im ersten Quartal

in Euro

	1. Q/2010	1. Q/2011
Ergebnis je Aktie		
Stammaktie	0,59	0,65
Vorzugsaktie	0,60	0,66
Börsenkurs zum Quartalsende¹⁾		
Stammaktie	34,31	36,87
Vorzugsaktie	39,86	43,71
Höchster Börsenkurs¹⁾		
Stammaktie	34,31	40,22
Vorzugsaktie	40,21	47,77
Niedrigster Börsenkurs¹⁾		
Stammaktie	30,31	34,95
Vorzugsaktie	35,21	41,72
Marktkapitalisierung¹⁾ in Mrd. Euro	16,0	17,4
Stammaktie in Mrd. Euro	8,9	9,6
Vorzugsaktie in Mrd. Euro	7,1	7,8

¹⁾ Aktienschlusskurse Xetra-Handel.

Berichterstattung 1. Quartal 2011

Geschäftsverlauf im ersten Quartal 2011

Wichtige Kennzahlen¹⁾

in Mio. Euro	1. Q/2010	1. Q/2011	+/-
Umsatz	3.512	3.823	8,9%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	422	430	1,9%
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT) ²⁾	421	473	12,1%
Umsatzrendite (EBIT)	12,0%	11,2%	-0,8 pp
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) ²⁾	12,0%	12,4%	0,4 pp
Quartalsüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	259	285	10,0%
Bereinigter ²⁾ Quartalsüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	258	314	21,7%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,60	0,66	10,0%
Bereinigtes ²⁾ Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,60	0,73	21,7%

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 2011 erzielten wir in einem überwiegend positiven Marktumfeld einen starken Umsatzzanstieg von 8,9 Prozent auf 3.823 Mio. Euro. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 6,8 Prozent. Die organische Umsatzentwicklung – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – zeigte mit plus 7,2 Prozent erneut eine hohe Steigerungsrate im Vergleich zum Vorjahresquartal.

Umsatzveränderung¹⁾

in Prozent	1. Q/2011
Veränderung zum Vorjahr	8,9
Wechselkurseffekte	2,1
Bereinigt um Wechselkurseffekte	6,8
Akquisitionen/Divestments	-0,4
Organisch	7,2
Davon Preis	-0,2
Davon Menge	7,4

¹⁾ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Zu dieser positiven Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei: Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel zeigte, begünstigt durch ein starkes Mengenwachstum, eine positive Wachstumsrate von 1,6 Prozent. Mit einem organischen Umsatzwachstum von 5,7 Prozent übertraf der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege das sehr starke Vorjahresquartal und lag damit deutlich über dem relevanten Marktwachstum. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies lag mit 11,5 Prozent sowohl preis- als auch volumengetrieben signifikant über einem bereits starken Vorjahresquartal. Unsere weltweiten Marktanteile haben wir in allen drei Unternehmensbereichen weiter ausgebaut.

Im ersten Quartal 2011 kam es zu keinen wesentlichen Veränderungen in unseren Absatzmärkten und bei unseren Wettbewerbspositionen, wie wir sie im **GB** Geschäftsbericht 2010 ab Seite 66 beschrieben haben.

Preis- und Mengeneffekte

in Prozent	Organisches Umsatzwachstum	Davon Preis	Davon Menge
Wasch-/Reinigungsmittel	1,6	-3,2	4,8
Kosmetik/Körperpflege	5,7	-2,3	8,0
Adhesive Technologies	11,5	2,6	8,9
Henkel-Konzern	7,2	-0,2	7,4

Im Folgenden werden die um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen bereinigten betrieblichen Aufwandsposten kommentiert. Die Überleitungsrechnung sowie die Verteilung der Restrukturierungsaufwendungen auf die Kostenzeilen der Gewinn- und Verlustrechnung finden Sie auf **Q1** Seite 24.

Die Kosten der umgesetzten Leistungen erhöhten sich im Wesentlichen bedingt durch Rohstoffpreisanstiege gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 12,8 Prozent auf 2.044 Mio. Euro. Das Bruttoergebnis vom Umsatz stieg auf 1.779 Mio. Euro; die Bruttomarge verringerte sich jedoch um 1,8 Prozentpunkte auf 46,6 Prozent. Unsere konsequenten Effizienzverbesserungen sowie die Steigerung des Absatzvolumens konnten den Einfluss von steigenden Preisen für Rohstoffe und Verpackungen nicht vollständig kompensieren.

Umsatz im ersten Quartal in Mio. Euro



Bereinigte Bruttomarge im ersten Quartal in Prozent vom Umsatz



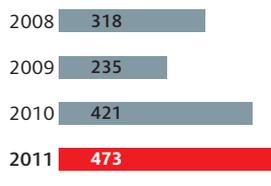
Überleitung vom Umsatz zum bereinigten betrieblichen Ergebnis

in Mio. Euro	1. Q/2010	%	1. Q/2011	%	Veränderung
Umsatzerlöse	3.512	100,0	3.823	100,0	8,9%
Kosten der umgesetzten Leistungen	-1.812	-51,6	-2.044	-53,4	12,8%
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.700	48,4	1.779	46,6	4,6%
Marketing- und Vertriebsaufwendungen	-1.005	-28,6	-1.055	-27,6	5,0%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	-93	-2,6	-100	-2,6	7,5%
Verwaltungsaufwendungen	-179	-5,1	-178	-4,7	-0,6%
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	-2	-0,1	27	0,7	>100%
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT)	421	12,0	473	12,4	12,1%

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

Bereinigter EBIT im
ersten Quartal

in Mio. Euro

Bereinigtes Ergebnis
je Vorzugsaktie
im ersten Quartal

in Euro



Die Marketing- und Vertriebsaufwendungen erhöhten sich um 5,0 Prozent auf 1.055 Mio. Euro. Für Forschung und Entwicklung wendeten wir insgesamt 100 Mio. Euro auf und hielten den Anteil am Umsatz konstant bei 2,6 Prozent. Die Verwaltungsaufwendungen entwickelten sich durch die Ausweitung unserer Shared Service Center mit einem Rückgang von 0,6 Prozent deutlich unterproportional zum Umsatz.

Der Saldo aus Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen erhöhte sich von -2 Mio. Euro auf 27 Mio. Euro. Höhere Auflösungen von Rückstellungen sowie höhere Gewinne aus Anlagenabgängen führten insgesamt zu einer Verbesserung von 14 Mio. Euro.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 12,1 Prozent von 421 Mio. Euro auf 473 Mio. Euro. Insbesondere die Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege trugen zu dieser positiven Entwicklung bei. Die Umsatzrendite des Konzerns haben wir von 12,0 Prozent auf 12,4 Prozent gesteigert. Die deutlichste Margenverbesserung zeigte der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege mit einer Steigerung von 12,9 auf 13,8 Prozent, zu der neben der ausgezeichneten Umsatzentwicklung das konse-

quente Kostenmanagement beitrug. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies steigerte seine Umsatzrendite aufgrund von Erhöhungen der Verkaufspreise und Effizienzsteigerungen ebenfalls deutlich von 12,2 Prozent auf 13,1 Prozent. Im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel verzeichneten wir aufgrund von steigenden Materialpreisen und gesunkenen Absatzpreisen einen Margenrückgang um 0,6 Prozentpunkte auf 12,4 Prozent.

Das Finanzergebnis verbesserte sich von -54 Mio. Euro auf -37 Mio. Euro. Dies ist auf die niedrigere Nettoverschuldung und ein gestiegenes Ergebnis aus Währungssicherungen zurückzuführen. Die Steuerquote betrug 26,2 Prozent. Der Quartalsüberschuss erhöhte sich um 9,0 Prozent von 266 Mio. Euro auf 290 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 5 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 285 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 259 Mio. Euro). Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 314 Mio. Euro gegenüber 258 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) haben wir von 0,60 Euro auf 0,66 Euro gesteigert. Bereinigt lag es bei 0,73 Euro gegenüber 0,60 Euro im Vorjahresquartal.

Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf

Im Rahmen des Berichts über das Geschäftsjahr 2010 hatten wir für das Geschäftsjahr 2011 die Prognose abgegeben, dass wir uns beim organischen Umsatzwachstum erneut besser entwickeln wollen als unsere relevanten Märkte und ein organisches Umsatzwachstum innerhalb der Bandbreite von 3 bis 5 Prozent erwarten. Für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) hatten wir eine Steigerung auf etwa 13 Prozent und für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie einen Anstieg von etwa 10 Prozent prognostiziert.

Aufgrund der erfreulichen Umsatzentwicklung des ersten Quartals 2011 erwarten wir für das Geschäftsjahr 2011 nun ein organisches Umsatzwachstum am oberen Ende der Bandbreite von 3 bis 5 Prozent. Wir bestätigen unsere Prognose für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) von etwa 13 Prozent und für die Steigerung des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie von etwa 10 Prozent.

Vergleich Prognose und Ergebnisse

	Prognose 2011	Ergebnisse 1. Q/2011
Organisches Umsatzwachstum	Besser als die Entwicklung unserer relevanten Märkte	Wasch-/Reinigungsmittel: +1,6 Prozent (relevanter Markt: -1,1 Prozent) Kosmetik/Körperpflege: +5,7 Prozent (relevanter Markt: -1,3 Prozent) Adhesive Technologies: +11,5 Prozent (relevanter Markt: +3,0 Prozent)
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT)	Steigerung auf etwa 13 Prozent	Steigerung auf 12,4 Prozent
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie	Steigerung von etwa 10 Prozent	Steigerung um 21,7 Prozent

Regionale Entwicklung

Eckdaten Henkel nach Regionen¹⁾ im ersten Quartal 2011

in Mio. Euro	West- europa	Ost- europa	Afrika/ Nahost	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Corporate ²⁾	Konzern
Regionen								
Umsatz Januar – März 2011	1.433	656	222	676	253	536	46	3.823
Umsatz Januar – März 2010	1.353	574	212	645	216	462	50	3.512
Veränderung gegenüber Vorjahr	6,0%	14,3%	4,6%	4,7%	17,1%	16,2%	–	8,9%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	5,2%	13,4%	4,9%	3,2%	10,1%	9,2%	–	6,8%
Organisch	5,1%	13,2%	4,9%	3,6%	10,1%	10,8%	–	7,2%
Anteil am Konzernumsatz								
Januar – März 2011	37%	17%	6%	18%	7%	14%	1%	100%
Januar – März 2010	39%	16%	6%	18%	6%	13%	2%	100%
EBIT Januar – März 2011	216	70	17	65	23	66	27	430
EBIT Januar – März 2010	202	42	20	82	24	66	–15	422
Veränderung gegenüber Vorjahr	7,0%	64,7%	–15,6%	–20,5%	–6,8%	–0,1%	–	1,9%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	6,1%	62,4%	–15,8%	–21,9%	–15,3%	–7,6%	–	0,2%
Umsatzrendite (EBIT)								
Januar – März 2011	15,1%	10,7%	7,7%	9,6%	9,0%	12,3%	–	11,2%
Januar – März 2010	14,9%	7,4%	9,5%	12,7%	11,3%	14,3%	–	12,0%

¹⁾ Berechnung 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.

In der Region **Westeuropa** verbesserten wir den Umsatz gegenüber dem ersten Quartal 2010 organisch um 5,1 Prozent. Hierzu trugen alle Unternehmensbereiche bei.

Das betriebliche Ergebnis der Region steigerten wir – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 6,1 Prozent. Die Ergebnisverbesserungen in den Unternehmensbereichen Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege konnten die rückläufige Entwicklung im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel überkompensieren. Die Umsatzrendite der Region erhöhten wir um 0,2 Prozentpunkte auf 15,1 Prozent.

In der Region **Osteuropa** steigerten wir den Umsatz organisch um 13,2 Prozent und erreichten zweistellige Wachstumsraten in den Unternehmensbereichen Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege.

Das betriebliche Ergebnis der Region verbesserte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 62,4 Prozent. Hierzu trugen alle drei Unternehmensbereiche bei. Die Umsatzrendite der Region erhöhten wir von 7,4 Prozent im Vorjahresquartal auf 10,7 Prozent.

In der Region **Afrika/Nahost** erzielten wir, insbesondere getragen durch die Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege, ein organisches Wachstum von 4,9 Prozent.

Das betriebliche Ergebnis der Region reduzierte sich jedoch – bereinigt um Wechselkurseffekte – durch rückläufige Entwicklungen in allen drei Unternehmensbereichen um insgesamt 15,8 Prozent. Die Umsatzrendite sank von 9,5 Prozent auf 7,7 Prozent. Die Umsatz- und Ergebnisentwicklung in der Region Afrika/Nahost war auch durch die politischen Unruhen in einigen Ländern beeinflusst.

Der Umsatz in der Region **Nordamerika** wuchs organisch um 3,6 Prozent. Besonders erfreulich entwickelte sich der Umsatz in den Unternehmensbereichen Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege, wohingegen der Umsatz im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel rückläufig war.

Das betriebliche Ergebnis der Region reduzierte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – aufgrund des Rückgangs in allen drei Unternehmensbereichen um 21,9 Prozent. Die Umsatzrendite der Region ermäßigte sich von 12,7 Prozent im Vorjahresquartal auf 9,6 Prozent.

Den Umsatz in der Region **Lateinamerika** steigerten wir organisch um 10,1 Prozent, getragen durch alle drei Unternehmensbereiche.

Das betriebliche Ergebnis ging – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 15,3 Prozent zurück. Die Ergebnisverbesserung im Unternehmensbereich Adhesive Technologies konnte die Ergebnisrückgänge in unseren Konsumentengeschäften nicht kompensieren. Die Umsatzrendite der Region reduzierte sich um 2,3 Prozentpunkte auf 9,0 Prozent.

Die Region **Asien/Pazifik** zeigte mit einem organischen Wachstum von 10,8 Prozent weiterhin eine Steigerung im zweistelligen Bereich. Eine erfreuliche Umsatzverbesserung verzeichnete insbesondere der Unternehmensbereich Adhesive Technologies.

Das betriebliche Ergebnis zeigte – bereinigt um Wechselkurseffekte – einen leichten Rückgang von 7,6 Prozent. Die Ergebnisverbesserung im Unternehmensbereich Adhesive Technologies konnte die Ergebnisentwicklung in unseren Konsumentengeschäften nicht kompensieren. Die Umsatzrendite ging dementsprechend um 2,0 Prozentpunkte zurück, liegt mit 12,3 Prozent aber immer noch auf einem hohen Niveau.

In unseren **Wachstumsregionen** Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) steigerten wir den Umsatz um 14,8 Prozent auf 1.537 Mio. Euro. Dies entspricht einem Anteil am Konzernumsatz von 40 Prozent (im ersten Quartal 2010: 38 Prozent). Das organische Wachstum lag bei 12,4 Prozent und damit weiterhin im zweistelligen Bereich, insbesondere getragen durch die Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Kosmetik/Körperpflege.

Umsatz nach Regionen im ersten Quartal*)

in Mio. Euro



*) Ohne Corporate.

EBIT nach Regionen im ersten Quartal*)

in Mio. Euro



*) Ohne Corporate.

Wasch- / Reinigungsmittel

Umsatz im ersten Quartal in Mio. Euro

2007	1.069
2008	1.031
2009	1.013
2010	1.049
2011	1.072

Wichtige Kennzahlen¹⁾

in Mio. Euro	1. Q/2010	1. Q/2011	+/-
Umsatz	1.049	1.072	2,2%
Anteil am Konzernumsatz	30%	28%	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	151	100	-33,8%
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT) ²⁾	136	133	-2,4%
Umsatzrendite (EBIT)	14,4%	9,4%	-5,0 pp
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) ²⁾	13,0%	12,4%	-0,6 pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	24,5%	17,0%	-7,5 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.

Umsatzveränderung¹⁾

in Prozent	1. Q/2011
Veränderung zum Vorjahr	2,2
Wechselkurseffekte	0,7
Bereinigt um Wechselkurseffekte	1,5
Akquisitionen/Divestments	-0,1
Organisch	1,6
Davon Preis	-3,2
Davon Menge	4,8

¹⁾ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Im ersten Quartal 2011 erzielten wir im Unternehmensbereich **Wasch-/Reinigungsmittel** trotz eines anhaltend wettbewerbsintensiven Umfelds und eines Rückgangs unserer relevanten Märkte ein Umsatzwachstum von 2,2 Prozent. Das organische Umsatzwachstum – bereinigt um Akquisitionen/Divestments und Wechselkurseffekte – von 1,6 Prozent war durch ein starkes Mengenwachstum von 4,8 Prozent geprägt. Der Preisrückgang von 3,2 Prozent ist bedingt durch ein noch relativ hohes Preisniveau im Vergleichsquarter des Vorjahres, das erst im Verlauf des letzten Jahres deutlich zurückging.

Die regionale Entwicklung war recht heterogen. Die Wachstumsdynamik in Osteuropa erhöhte sich wieder deutlich, vor allem unterstützt durch starkes Wachstum in Russland und in der Türkei. Lateinamerika trug ebenfalls zu der positiven Entwicklung bei, hier insbesondere bedingt durch die Einführung von Persil in Mexiko. Die Wachstumsregion Afrika/Nahost konnte, bedingt durch die politischen Unruhen in einigen für uns wichtigen Ländern, nicht die zweistelligen Wachstumsraten des letzten Jahres realisieren. Die Situation verbesserte sich aber deutlich zum Ende des Quartals. In Nordamerika ging der Umsatz aufgrund weiter rückläufiger Märkte und unverändert starken Wettbewerbsdrucks zurück. Westeuropa verzeichnete dagegen ein deutliches Umsatzplus, das insbesondere durch sehr starkes Wachstum in Deutschland und Frankreich getragen wurde. Die Marktanteile in Westeuropa konnten wir dadurch weiter ausbauen; auch global haben wir unseren Marktanteil in den für uns relevanten Märkten weiter gesteigert.

Innovation



Silan Aromatherapy

Neue Weichspüler-Serie in Osteuropa für ein außergewöhnliches Wellness-Gefühl: Die vier exotischen Varianten Tahiti Relax, Bali Sensation, Hawaii Secrets und Tropical Energy zeichnen sich durch besonders ansprechende Düfte aus und eine wundervolle Weichheit der Wäsche. Um eine extra lang anhaltende Frische zu gewähren, wurde das Parfüm verkapselt.

Weitere Informationen zu unseren Produktneuheiten finden Sie in unserem „Innovation Letter“ auf der Internetseite von Investor Relations: www.henkel.de/ir

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) und die bereinigte Umsatzrendite in Höhe von 12,4 Prozent blieben unter dem Niveau des ersten Quartals 2010. Aufgrund gestiegener Materialpreise und gesunkener Absatzpreise konnte die Marge des Vorjahresquartals nicht erreicht werden. Der Unterschied zwischen betrieblichem Ergebnis und bereinigtem betrieblichen Ergebnis ist auf Restrukturierungsaufwendungen zur Optimierung des Produktionsnetzwerks zurückzuführen. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) war ebenfalls durch die erhöhten Restrukturierungsaufwendungen geprägt und betrug 17,0 Prozent. Auf Basis des bereinigten EBIT verzeichnete der ROCE einen leichten Anstieg. Das Netto-Umlaufvermögen im Verhältnis zum Umsatz konnten wir im Vergleich zum Vorjahreszeitraum weiter deutlich verbessern.

Im Geschäftsbereich *Waschmittel* verzeichneten wir die stärksten Wachstumsimpulse bei den Universalwaschmitteln. Dabei bauten wir den Umsatz mit unserer Kernmarke Persil deutlich aus. Dazu beigetragen haben auch der Markteintritt von Persil in Mexiko und der erfolgreiche Aufbau der Marke in Südkorea. Zusätzliche positive Impulse setzte das in den deutschsprachigen Ländern neu eingeführte Persil Gold mit Leuchtkraft-Formel, das für strahlende Reinheit und leuchtende Farben sorgt. Der positive Trend bei den Weichspülern wurde fortgesetzt und hier insbesondere unterstützt durch die Neueinführung der Purex Crystals in den USA.

Im Geschäftsbereich *Reinigungsmittel* entwickelten sich die Maschinengeschirrspülmittel und hier vor allem Somat 9 weiterhin dynamisch. Zudem profitierte die Marke durch die erfolgreiche Markteinführung in Spanien Mitte letzten Jahres.

Bei den WC-Produkten erzielten wir positive Umsatzimpulse durch einen Relaunch des Bref/WC Frisch Duo-Aktiv mit mehr Aktivstoffen und mehr Frische. Die Handgeschirrspülmittel profitierten von dem innovativen Produkt Pril Hygiene. Die Umsatzentwicklung des Bereichs wurde gebremst durch rückläufige Umsätze in der Kategorie Luft-erfrischer im nordamerikanischen Markt, bedingt durch den Eintritt neuer Wettbewerber.

Ausblick

Trotz anhaltend schwieriger Marktbedingungen wollen wir 2011 wieder unsere weltweite Marktposition ausbauen. Das organische Umsatzwachstum soll sich daher erneut besser entwickeln als unsere relevanten Märkte, für die wir eine stagnierende Entwicklung erwarten. Durch Preiserhöhungen und die Fortsetzung unserer Aktivitäten zur Effizienzsteigerung und Kostensenkung erwarten wir bei der bereinigten Umsatzrendite – trotz weiter steigender Materialpreise – einen Anstieg gegenüber dem Vorjahr (2010: 13,0 Prozent).

Top-Marken



Kosmetik / Körperpflege

Umsatz im ersten Quartal in Mio. Euro

2007	704
2008	708
2009	720
2010	762
2011	821

Wichtige Kennzahlen¹⁾

in Mio. Euro	1. Q/2010	1. Q/2011	+/-
Umsatz	762	821	7,7%
Anteil am Konzernumsatz	22%	22%	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	100	112	12,6%
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT) ²⁾	98	113	15,1%
Umsatzrendite (EBIT)	13,1%	13,7%	0,6 pp
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) ²⁾	12,9%	13,8%	0,9 pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	19,6%	22,6%	3,0 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.

Umsatzveränderung¹⁾

in Prozent	1. Q/2011
Veränderung zum Vorjahr	7,7
Wechselkurseffekte	2,0
Bereinigt um Wechselkurseffekte	5,7
Akquisitionen/Divestments	-
Organisch	5,7
Davon Preis	-2,3
Davon Menge	8,0

¹⁾ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** startete 2011 mit einem sehr starken ersten Quartal, in dem das sehr hohe Vorjahresquartal signifikant übertroffen werden konnte. Mit einem organischen Wachstum von 5,7 Prozent wuchsen wir wieder deutlich stärker als die für uns relevanten Märkte und realisierten damit weitere Marktanteilsgewinne. Durch die konsequente Fortführung unserer Innovationsoffensive konnten wir ein deutliches Mengenwachstum verzeichnen. Der starke Preiswettbewerb, Mixeffekte und hohe Promotionsaktivitäten beeinflussten das Preisniveau negativ.

Hervorzuheben ist, dass alle Regionen und Geschäftsbereiche zu diesem Wachstum beigetragen haben. In Osteuropa, Lateinamerika und den Wachstumsmärkten Asiens erzielten wir wieder zweistellige Zuwachsraten. Daneben verzeichneten die Regionen Westeuropa und Nordamerika einen sehr guten Jahresanfang, wo wir durch erfolgreiche Produktneueinführungen den Umsatz deutlich steigern und Marktanteile gewinnen konnten.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) steigerten wir um 15,1 Prozent. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich um 0,9 Prozentpunkte auf 13,8 Prozent und erreichte damit einen neuen Höchstwert für ein erstes Quartal. Dies ist umso erfreulicher, da die Rohstoff- und Verpackungspreise im ersten Quartal stark gestiegen sind. Neben der ausgezeichneten Umsatzentwicklung waren unsere anhaltend gute Bruttomarge und unser nachhaltiges, stringentes Kostenmanagement die Gründe für die sehr gute Entwicklung. Zugleich

Innovation



Got2b Powderful

Die Trendstyling-Marke Got2b setzt neue Wachstumsimpulse mit der Innovation Got2b Powderful. Der neuartige Styling-Puder verleiht sofortiges Volumen oder mattierende Struktureffekte – je nach Variante. Dank der revolutionären Puderkonsistenz beschwert das Produkt die Haare nicht und hinterlässt keine Rückstände.

 www.got2b.de

Weitere Informationen zu unseren Produktneuheiten finden Sie in unserem „Innovation Letter“ auf der Internetseite von Investor Relations:  www.henkel.de/ir

konnten wir unsere Marketinginvestitionen im Vergleich zum Vorjahresquartal erhöhen. Durch die Steigerung des betrieblichen Ergebnisses und eine deutliche Reduktion des Netto-Umlaufvermögens stieg die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) um 3,0 Prozentpunkte auf einen neuen Höchstwert von 22,6 Prozent.

Der Bereich *Haarkosmetik* zeichnete sich auch in diesem Quartal wieder durch eine außergewöhnlich positive Entwicklung aus. In allen Segmenten konnten bei stark gestiegenen Umsätzen die Marktanteile ausgebaut und Rekordwerte erreicht werden. Im *Haarpflegegeschäft* setzten die Einführungen der Schauma-Linie Superfrucht Nährpflege sowie die neue Anti-Frizz-Pflege Gliss Kur Satin Relax positive Impulse. Mit der neuen Linie Syoss Men haben wir die sehr erfolgreiche Haarpflegemarke Syoss in das attraktive und wachsende Segment der Männerkosmetik eingeführt. Daneben wurde der internationale Roll-out von Syoss forciert. Im *Stylingsegment* trugen der Relaunch von Taft Power, die neue Sublinie Taft Powerful Age sowie die Einführung von Got2b Powderful zu der positiven Entwicklung bei. Im *Colorationsgeschäft* lag der Fokus auf dem Roll-out der ersten permanenten Schaumcoloration Perfect Mousse, dem erfolgreichen Ausbau der Linie Syoss Color und dem Relaunch der pflegenden Palette-Linie Deluxe.

Auch im *Körperpflegegeschäft* bauten wir die Umsätze aus. In Nordamerika wurde die Marke Dial mit den neuen NutriSkin Lotions in das Bodylotionsegment ausgerollt. Zusätzlich wurde der Launch der Männermarke Right Guard Total Defense 5 mit innovativem 5in1 System weiter penetriert. Insgesamt konnten wir in Nordamerika über das gesamte Produktportfolio Marktanteilsgewinne realisieren. In West- und Osteuropa haben wir mit der Einführung der Serie Fa NutriSkin das Pflegesegment bei Deodorants und Duschgels ausgebaut. Zudem bietet Right Guard in Europa mit Xtreme Dry eine neue Dimension im Deoschutz.

Das *Hautpflegegeschäft* erzielte einen deutlichen Umsatzanstieg und war durch die Markteinführung der neuen Sublinie BioExpertise Anti-Falten von Diadermine in Frankreich geprägt. BioExpertise ist eine zertifizierte Anti-Falten-Linie für den Massenmarkt, die starke Produktleistung mit natürlichen Inhaltsstoffen verbindet.

Im *Mundpflegegeschäft* stand die Erweiterung der erfolgreichen Serie Theramed um die Innovation WhiteBooster als 2in1, Tube und Mundwasser im Vordergrund.

Im *Friseurgeschäft* hatte Schwarzkopf Professional ein sehr erfolgreiches erstes Quartal und setzte damit das positive Umsatzwachstum der Vorquartale fort. Gründe hierfür waren die Einführung weiterer Innovationen. Im wichtigen Colorationssegment trug der Relaunch von Igora Vibrance zur positiven Geschäftsentwicklung bei. Im Pflegesegment setzten die Relaunches von Bonacure Rescue sowie von BlondMe Light zusätzliche Wachstumsimpulse.

Ausblick

Wir erwarten für 2011 ein Andauern der schwierigen Marktbedingungen. Dennoch wollen wir 2011 wieder unsere weltweite Marktposition ausbauen und uns beim organischen Umsatzwachstum erneut besser entwickeln als unsere relevanten Märkte, für die wir eine stagnierende Entwicklung erwarten. Durch die Fortführung unserer Maßnahmen zur Verbesserung der Kostenstruktur erwarten wir bei der bereinigten Umsatzrendite – trotz weiter steigender Materialpreise – eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr (2010: 13,3 Prozent).

Top-Marken


Schwarzkopf


Dial

SYOSS


Fa


RIGHT
GUARD

Adhesive Technologies

Umsatz im ersten Quartal in Mio. Euro

2007	1.406
2008	1.364
2009	1.469
2010	1.651
2011	1.884

Wichtige Kennzahlen¹⁾

in Mio. Euro	1. Q/2010	1. Q/2011	+/-
Umsatz	1.651	1.884	14,1%
Anteil am Konzernumsatz	47%	49%	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	185	244	31,6%
Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT) ²⁾	201	247	22,6%
Umsatzrendite (EBIT)	11,2%	13,0%	1,8 pp
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) ²⁾	12,2%	13,1%	0,9 pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	10,9%	14,2%	3,3 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.

Umsatzveränderung¹⁾

in Prozent	1. Q/2011
Veränderung zum Vorjahr	14,1
Wechselkurseffekte	3,0
Bereinigt um Wechselkurseffekte	11,1
Akquisitionen/Divestments	-0,4
Organisch	11,5
Davon Preis	2,6
Davon Menge	8,9

¹⁾ Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** setzte seine dynamische Wachstumsentwicklung auch im ersten Quartal 2011 weiter fort. Den Umsatz haben wir um 14,1 Prozent gesteigert. Die organische Wachstumsrate – bereinigt um Akquisitionen/Divestments und Wechselkurseffekte – lag bei 11,5 Prozent. Dieses signifikant über der Marktentwicklung liegende Wachstum beruhte auf deutlichen Mengensteigerungen in Kombination mit Erhöhungen der Absatzpreise.

Alle Regionen und Geschäftsfelder trugen zu dieser positiven Entwicklung bei. Besondere Impulse gaben wiederum die Wachstumsregionen; dabei hatten Osteuropa, Afrika/Nahost und Asien (ohne Japan) die höchsten Steigerungsraten. Aber auch in den reifen Märkten konnten wir den Umsatz deutlich steigern.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahresquartal wiederum überproportional um 22,6 Prozent auf 247 Mio. Euro. Die bereinigte Umsatzrendite erhöhte sich damit im Vergleich zum Vorjahr um 0,9 Prozentpunkte auf 13,1 Prozent. Diese Entwicklung ist umso bemerkenswerter, weil sich anhaltend steigende Rohstoff- und Verpackungspreise in diesem Quartal stark negativ ausgewirkt haben. Durch deutliche Effizienzsteigerungen infolge der Verbesserungsmaßnahmen der jüngsten Vergangenheit und Preiserhöhungen konnten wir diese Kostensteigerungen jedoch überkompensieren. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) stieg um über 3 Prozentpunkte auf 14,2 Prozent. Das Netto-Umlaufvermögen im Verhältnis zum

Innovation



Pattex Power PU-Schaum Universal

Der neue Pattex PU-Schaum ist äußerst ergiebig und lässt sich durch seine guten Haftungseigenschaften einfach und sicher verarbeiten. Die verbesserte Isolierleistung unterstützt eine erhöhte Energieeffizienz. Aufgrund seines geringen Schadstoffanteils ist er der erste PU-Schaum, der auch nach der verschärften europäischen Gesetzgebung im Handel freiverkäuflich erworben werden kann.

 www.pattex.de

Weitere Informationen zu unseren Produktneuheiten finden Sie in unserem „Innovation Letter“ auf der Internetseite von Investor Relations:  www.henkel.de/ir

Umsatz haben wir im Vergleich zum Vorjahr erneut weiter gesenkt.

Das Geschäftsfeld *Klebstoffe für Handwerker, Konsumenten und Bau* entwickelte sich in allen Regionen weiterhin erfreulich. Zu dem Umsatzwachstum haben sowohl das Geschäft mit Handwerkern und Konsumenten als auch das Geschäft mit der Bauindustrie beigetragen. In Osteuropa, Afrika/Nahost und in Asien (ohne Japan) konnten deutliche Zuwächse erreicht werden.

Eine erneut positive Entwicklung zeigte auch das Geschäftsfeld *Transport und Metall*. Vor allem in Osteuropa und Afrika/Nahost konnten wir uns nochmals sehr deutlich gegenüber dem Vorjahresquartal steigern. Auch in den Regionen Westeuropa, Lateinamerika und Asien/Pazifik erzielten wir zweistellige Wachstumsraten.

Das Geschäftsfeld *Allgemeine Industrie* entwickelte sich überproportional stark. Hier erzielten wir im Berichtszeitraum das stärkste Umsatzwachstum des gesamten Unternehmensbereichs. Alle Regionen trugen hierzu mit zum Teil deutlich zweistelligem Umsatzwachstum bei.

Im Geschäftsfeld *Verpackungs-, Konsumgüter- und Konstruktionsklebstoffe* konnten wir den Umsatz ebenfalls weiter erhöhen. Die höchsten Wachstumsraten wurden dabei in Afrika/Nahost, Asien/Pazifik und Westeuropa erreicht.

Auch das Geschäftsfeld *Elektronik* konnte sich gegenüber dem Vorjahresquartal positiv entwickeln. Alle Regionen haben zu dem Umsatzwachstum beigetragen.

Ausblick

Wir erwarten in den für uns relevanten Märkten insgesamt ein Marktwachstum, das mit 3 bis 5 Prozent unter dem des Jahres 2010 liegen wird. Bei den Preisen für Rohstoffe und Verpackungsmaterialien rechnen wir mit weiteren, zum Teil deutlichen Anstiegen. Wie schon im Jahr 2010 kann es hier auch wieder zu Lieferengpässen aufgrund begrenzter Kapazitäten bei den Herstellern kommen. Nach dem sehr erfolgreichen Jahr 2010 wollen wir auch 2011 den profitablen Wachstumspfad weiter fortsetzen. Beim organischen Umsatzwachstum wollen wir uns erneut besser entwickeln als unsere relevanten Märkte. Aufgrund der deutlichen Verbesserung der Kostenstruktur erwarten wir bei der bereinigten Umsatzrendite eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr (2010: 12,8 Prozent).

Top-Marken

Quartalsfinanzbericht 2011

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Entwicklung der Weltwirtschaft war im ersten Quartal 2011 weiter spürbar aufwärtsgerichtet. Das Bruttoinlandsprodukt stieg um etwa 3,5 Prozent. Das verarbeitende Gewerbe legte mit rund 6 Prozent kräftiger zu als der private Konsum, der um etwa 3 Prozent expandierte.

Das erste Quartal war geprägt von den politischen Turbulenzen im Nahen Osten – insbesondere in Ägypten, Tunesien und Libyen –, die die Wirtschaft dieser Länder zumindest zeitweise gelähmt haben. In Japan lassen sich die ökonomischen Auswirkungen der verheerenden Naturkatastrophe, verbunden mit dem Reaktorunglück, nur grob abschätzen.

Unabhängig davon hat sich in den meisten Regionen die wirtschaftliche Erholung fortgesetzt. Das Wirtschaftswachstum in den USA beschleunigte sich, auch dank des neuen Konjunkturprogramms. Im Vergleich zum ersten Quartal 2010 lag das Wachstum bei knapp 3 Prozent. Westeuropas Wirtschaftsleistung überstieg das Niveau des Vorjahresquartals um etwa 2 Prozent. Deutschland behauptete seine gegenwärtige Sonderrolle und steigerte sein Bruttoinlandsprodukt um rund 4 Prozent. Demgegenüber verzeichneten die südeuropäischen Länder einen Rückgang oder eine Stagnation ihres Bruttoinlandsprodukts, weil die zur Haushaltssanierung notwendigen Maßnahmen den Staatsverbrauch und vor allem den privaten Konsum bremsten. In Osteuropa hat sich das Wirtschaftswachstum im ersten Quartal auf etwa 3,5 Prozent beschleunigt. Die wieder stärker expandierende russische Wirtschaft profitierte auch von den höheren Rohstoffpreisen. In Lateinamerika setzte sich die kräftige Aufwärtsbewegung mit einem Wirtschaftswachstum von gut 4 Prozent fort. Die Wachstumsländer Asiens erzielten ein Plus von rund 7 Prozent. Erheblichen Anteil daran hatte China. Die mittlerweile zweitgrößte Volkswirtschaft der Welt verzeichnete ein Wachstum von etwa 9 Prozent.

Der Euro entwickelte sich trotz der schwierigen finanziellen Situation einiger südeuropäischer Länder gegenüber dem US-Dollar weiter positiv und lag zum Quartalsende bei 1,42 US-Dollar, nach 1,34 US-Dollar Ende 2010. Am 31. März 2010 notierte der Euro bei 1,35 US-Dollar.

Die Verbraucherpreise haben weltweit angezogen. Dies gilt besonders für die Wachstumsregionen, zum Teil getrieben durch die gestiegenen Rohstoffpreise.

Die Arbeitslosenquoten haben sich leicht verringert. In einigen Ländern wie den USA verharrt die Arbeitslosigkeit trotz Wirtschaftswachstums auf vergleichsweise hohem Niveau. In Deutschland hingegen hielt der Beschäftigungsaufbau an. Die Arbeitslosenquote ist weiter gesunken.

Für Henkel wichtige Branchen

Die Bedingungen für den privaten Konsum haben sich leicht verbessert. Mit der wirtschaftlichen Belebung steigen die Realeinkommen der privaten Haushalte, so dass sich viele Verbraucher etwas konsumfreudiger zeigen. In den USA hat das Konsumplus im ersten Quartal bei etwa 3 Prozent gelegen. In Europa und speziell in West- und vor allem Südeuropa kommen allerdings vom privaten Verbrauch nur wenig oder keine Wachstumsimpulse. Das Konsumwachstum lag häufig nur bei einem Prozent oder gar darunter. Selbst im wachstumsstarken Deutschland nahm der Konsum nur um 1,5 Prozent zu. Erneut erhöhten die Konsumenten in den Wachstumsregionen ihre Ausgaben kräftig, wenngleich der Konsumanstieg leicht hinter dem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts zurückblieb.

Das Wachstum im verarbeitenden Gewerbe setzte sich fort. In den konsumnahen Bereichen wie der Verpackungs- oder der Nahrungsmittelindustrie war das Wachstumstempo geringer als in den Investitionsgütersektoren. Die Investitionsgüter profitierten zum einen von dem anhaltend regen Welthandel, zum anderen von der in einigen Ländern anziehenden Binnennachfrage. Davon profitieren insbesondere die Elektronikindustrie sowie der Metall verarbeitende Sektor. Kräftig war auch der Produktionsanstieg der Transportindustrie, die sowohl von der günstigeren Investitionskonjunktur als auch von der wachsenden Kaufbereitschaft für höherwertige Gebrauchsgüter profitierte.

In der weltweiten Bauwirtschaft setzt sich die Erholung nur zögerlich durch. Insbesondere in den USA war die Bauproduktion nochmals rückläufig. Auch Westeuropa dürfte kaum über Stagnation hinausgekommen sein.

Auswirkungen auf Henkel

Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in den ersten drei Monaten des Jahres 2011 hat sich positiv auf den Geschäftsverlauf von Henkel ausgewirkt: Die robuste Konjunktur in vielen Regionen der Welt spiegelte sich in unserem überproportional starken organischen Umsatzwachstum von 7,2 Prozent wider. Dies trifft insbesondere auf unsere Wachstumsregionen zu, die zweistellig expandierten. Aber auch in Westeuropa und Nordamerika sind wir organisch gewachsen.

Die Zunahme des privaten Konsums und das Wachstum im Einzelhandel haben sich positiv auf unsere Konsumentengeschäfte ausgewirkt. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies profitierte von dem Anstieg der Industrieproduktion. Insbesondere in den steigenden Umsätzen der Segmente Elektronik, Transport und Metall spiegelt sich die Erholung der Elektronikbranche sowie der Metall- und Transportindustrie wider.

Die stark gestiegenen Rohstoffpreise haben wir in allen drei Unternehmensbereichen deutlich gespürt.

Ertragslage

Zur Kommentierung der Ertragslage verweisen wir auf das Kapitel zum Geschäftsverlauf im ersten Quartal 2011 auf [Q1 Seite 5](#).

Vermögenslage

Im Vergleich zum Jahresende 2010 verminderte sich die Bilanzsumme um 0,2 Mrd. Euro auf 17,3 Mrd. Euro. Im **langfristigen Vermögen** san-

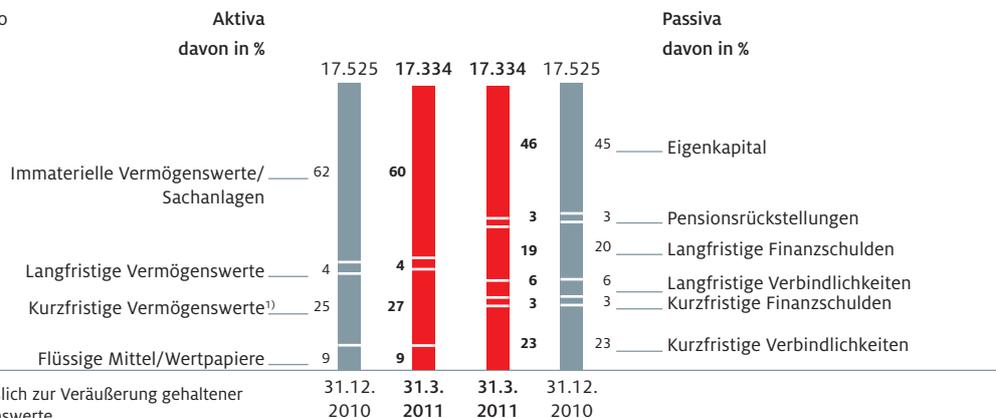
ken die Immateriellen Vermögenswerte durch die Währungsumrechnung um 382 Mio. Euro. Im leicht rückläufigen Sachanlagevermögen standen den Investitionen in Höhe von 68 Mio. Euro Abschreibungen von 78 Mio. Euro und ein negativer Währungskurseffekt von 54 Mio. Euro gegenüber. Im **kurzfristigen Vermögen**, das von 5,9 Mrd. Euro auf 6,2 Mrd. Euro wuchs, zeigt sich das gestiegene Geschäftsvolumen in höheren Vorräten und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Die Flüssigen Mittel legten nochmals – um 79 Mio. Euro – auf fast 1,6 Mrd. Euro zu.

Das **Eigenkapital** einschließlich der nicht beherrschenden Anteile blieb mit 7.953 Mio. Euro auf dem Niveau zum Ende des Geschäftsjahres 2010. Die einzelnen Einflüsse auf die Eigenkapitalentwicklung stellen wir auf [Q1 Seite 25](#) tabellarisch dar. Dämpfend wirkte vor allem der Währungskurseinfluss aus dem seit Jahresbeginn schwächer bewerteten US-Dollar. Die Eigenkapitalquote (Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme) stieg von 45,4 Prozent auf 45,9 Prozent.

Die **langfristigen Verbindlichkeiten** in Höhe von 4,9 Mrd. Euro waren aufgrund von Währungskursänderungen um 224 Mio. Euro niedriger als zum Ende 2010. Die langfristigen Finanzschulden enthalten nach wie vor drei Anleihen: zwei Senior Bonds mit einem Rückzahlungsbetrag von jeweils 1,0 Mrd. Euro sowie eine Hybrid-Anleihe mit einem Rückzahlungsbetrag von 1,3 Mrd. Euro. In den **kurzfristigen Verbindlichkeiten**, die mit knapp 4,5 Mrd. Euro annähernd konstant blieben, waren die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leis-

Bilanzstruktur

in Mio. Euro



tungen, parallel zur Entwicklung im kurzfristigen Vermögen, mit 2.439 Mio. Euro um 131 Mio. Euro höher als zum Jahresende 2010. Gegenläufig wirkte die weitere Rückführung unserer kurzfristigen Finanzschulden um 56 Mio. Euro auf 480 Mio. Euro.

Nettoverschuldung

in Mio. Euro

1.Q/2010	2.664
2.Q/2010	2.956
3.Q/2010	2.804
4.Q/2010	2.343
1.Q/2011	2.125

Die **Nettoverschuldung**¹⁾ belief sich zum 31. März 2011 auf 2.125 Mio. Euro (31. Dezember 2010: 2.343 Mio. Euro) und wurde somit weiter zurückgeführt. Die operative Schuldendeckung hat sich im Berichtszeitraum infolge der gesunkenen Verschuldung auf 78 Prozent erhöht und liegt damit deutlich über dem Zielwert von 50 Prozent. Auch der Zinsdeckungsfaktor hat sich, begünstigt durch den niedrigeren Zinsaufwand, weiter verbessert.

Finanzkennzahlen

	31.12.2010	31.03.2011
Zinsdeckungsfaktor (EBITDA / Zinsergebnis inklusive Zinsanteil Pensionsrückstellungen)	12,8	14,4
Operative Schuldendeckung (Jahresüberschuss + Abschreibungen + Zinsanteil Pensionsrückstellungen / Nettofinanzschulden und Pensionsrückstellungen) ¹⁾	71,4%	77,8%
Eigenkapitalquote (Eigenkapital / Bilanzsumme)	45,4%	45,9%

¹⁾ Berücksichtigung der Hybrid-Anleihe nur zu 50 Prozent als Fremdkapital.

Finanzlage

Die Entwicklung der Finanzlage wird in der Konzernkapitalflussrechnung auf **Q1** Seite 26 im Einzelnen dargestellt. Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** im ersten Quartal 2011 hat mit 173 Mio. Euro den hohen Vergleichswert im entsprechenden Vorjahreszeitraum (386 Mio. Euro) nicht erreichen können. Dämpfend wirkte neben höheren Auszahlungen für Ertragsteuern der gestiegene Mittelabfluss im Netto-Umlaufvermögen. Gleichwohl konnten wir das Netto-Umlaufvermögen mit 7,9 Prozent vom Umsatz auf ein um 0,6 Prozentpunkte niedrigeres Niveau als im Vorjahreszeitraum reduzieren.

Der **Cashflow aus Investitionstätigkeit** ist durch höhere Erlöse aus Veräußerungsvorgängen entlastet. Sie kompensieren die im Vergleich zum Vorjahresquartal gestiegenen Investitionen in Sachanlagen.

Der Mittelabfluss im **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** (-27 Mio. Euro) war im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (-266 Mio. Euro) deutlich niedriger. Aus der Disposition von Geldanlagen ergab sich ein Zufluss, im Vorjahreszeitraum hingegen ein Abfluss liquider Mittel.

Die **Flüssigen Mittel/Wertpapiere** lagen mit 1.594 Mio. Euro (31. Dezember 2010: 1.515 Mio. Euro) auf einem weiterhin hohen Niveau.

Der **Free Cashflow** in Höhe von 75 Mio. Euro ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (272 Mio. Euro) bedingt durch den Rückgang des Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit ebenfalls rückläufig.

Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen bestehender Geschäfte betrugen 68 Mio. Euro nach 54 Mio. Euro im ersten Quartal 2010. In Immaterielle Vermögenswerte haben wir 2 Mio. Euro investiert (Vorjahresquartal: 2 Mio. Euro). Der Großteil der Investitionen entfiel auf die Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Wasch-/Reinigungsmittel und dort im Wesentlichen auf die Strukturoptimierung in der Produktion, auf die Verbesserung des Prozessflusses für Verpackungen sowie auf die Optimierung der Logistik. Regional verteilten sich die Investitionen größtenteils auf die Regionen Westeuropa/Osteuropa sowie Nordamerika. Rund zwei Drittel der Investitionssumme haben wir für Erweiterungsinvestitionen und Rationalisierungsmaßnahmen aufgewendet.

Investitionen im ersten Quartal 2011

in Mio. Euro	Bestehendes Geschäft	Akquisitionen	Gesamt
Immaterielle Vermögenswerte	2	41	43
Sachanlagen	68	-	68
Summe	70	41	111

¹⁾ Finanzschulden abzüglich der Flüssigen Mittel und abzüglich eines positiven oder zuzüglich eines negativen Marktwerts der Sicherungsgeschäfte für die Finanzschulden, sofern die Finanzschulden selbst ebenfalls einer „Mark to Market“-Bewertung unterliegen.

Akquisitionen und Divestments

Im ersten Quartal 2011 haben wir für die Aufstockung unseres Anteils auf 100 Prozent an dem Joint Venture Purbond AG, Schweiz, 4 Mio. Euro aufgewendet. In Irland veräußerten wir die nicht zum Kerngeschäft zählende Bleichaktivator-TAED-Produktion mit einem Verkaufserlös von 4 Mio. Euro.

Weder aufgrund der getätigten Akquisitionen und Divestments noch aus anderen Maßnahmen ergaben sich Änderungen in der Geschäfts- und Organisationsstruktur. Für eine ausführliche Darstellung der Organisation und Geschäftstätigkeit verweisen wir auf die entsprechenden Ausführungen im **GB** Geschäftsbericht 2010 auf Seite 26.

Im Geschäftsjahr 2011 liegt unsere Priorität weiterhin auf einer Wiedererlangung unseres Ziel-Ratings von „A flat“ (Standard & Poor's) beziehungsweise „A2“ (Moody's). Akquisitionen werden wir daher – wenn überhaupt – nur in dem Umfang durchführen, wie sie diesem Ziel nicht zuwiderlaufen.

Mitarbeiter

Am 31. März 2011 beschäftigten wir 48.188 Mitarbeiter (31. März 2010: 48.426). Der Rückgang ist sowohl auf die Synergien aus der Integration der National Starch-Geschäfte als auch auf unsere restriktive Einstellungspolitik zurückzuführen.

Forschung und Entwicklung

Im ersten Quartal 2011 betragen die Aufwendungen des Henkel-Konzerns für Forschung und Entwicklung 103 Mio. Euro (bereinigt um Restrukturierungsaufwendungen: 100 Mio. Euro) nach 95 Mio. Euro (bereinigt: 93 Mio. Euro) im ersten Quartal 2010. In Relation zum Umsatz blieben die Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen im Vergleich zum Vorjahr mit 2,7 Prozent (bereinigt: 2,6 Prozent) konstant.

Die Entwicklung von innovativen Produkten spielt für uns eine zentrale Rolle. Die im **GB** Geschäftsbericht 2010 ab Seite 59 beschriebene Forschungs- und Entwicklungsstrategie hat sich nicht verändert.

Ausblick

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Für das Gesamtjahr rechnen wir mit einem Plus beim Bruttoinlandsprodukt von gut 3 Prozent, nach 4 Prozent im Jahr 2010. Die Wachstumsregionen werden im Jahr 2011 mit 5,5 Prozent wieder überproportional zulegen, während das Bruttoinlandsprodukt der Industriestaaten um etwa 2 Prozent zunehmen wird.

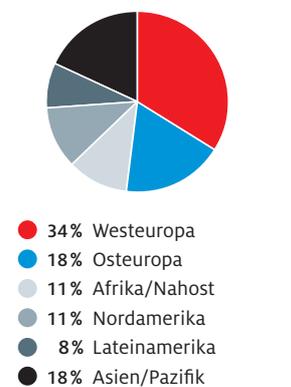
In Nordamerika erwarten wir einen Anstieg der Wirtschaftsleistung um etwa 3 Prozent. Für Westeuropa gehen wir von einem Wirtschaftswachstum von knapp 2 Prozent aus. Während vor allem Deutschland, aber auch Teile Skandinaviens eine rege Exportkonjunktur und eine Belebung ihrer Binnenkonjunktur erfahren, leidet Südeuropa unter den notwendigen finanziellen Konsolidierungsmaßnahmen. Die Wachstumsländer Asiens werden mit etwa 7 Prozent weiter kräftig zulegen, während in Japan das Bruttoinlandsprodukt zurückgehen wird. Für Lateinamerika rechnen wir mit einem Wirtschaftswachstum von 4,5 Prozent; und für Osteuropa sowie Afrika/Nahost erwarten wir jeweils etwa 4 Prozent.

Die „Welt-Arbeitslosenquote“ wird in diesem Jahr von 7,9 auf 7,5 Prozent zurückgehen. Dazu tragen die meisten Regionen bei. Nur für Westeuropa rechnen wir mit einer stagnierenden Arbeitslosenquote. In Deutschland wird ein weiterer Rückgang von 7,4 Prozent auf ein sehr niedriges Niveau von 6,7 Prozent erwartet.

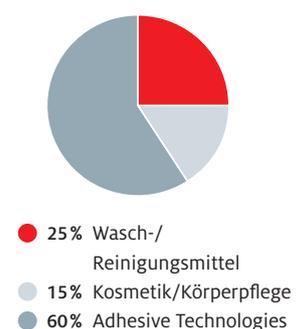
Die Inflation wird weiter zunehmen. Weltweit werden die Preise um etwa 4 Prozent steigen. In den Wachstumsregionen ist der Preisauftrieb mit etwa 6,5 Prozent erheblich stärker als in den Industrieländern mit etwa 2,5 Prozent. Der Preisanstieg geht im Wesentlichen auf höhere Rohstoff- und Nahrungsmittelpreise zurück.

Wir rechnen für 2011 mit einem Anstieg des privaten Konsums um etwa 3 Prozent. In den Industrieländern wird der Zuwachs dabei bei etwa 2 Prozent liegen. Die Rahmenbedingungen haben sich mit der Fortsetzung der Konjunkturbelebung, den rückläufigen Arbeitslosenquoten und den gestiegenen Realeinkommen verbessert. Für die USA rechnen wir mit einem Konsumplus von fast 3 Prozent. Deutlich verhaltener bleibt der Anstieg der Konsumausgaben in Westeuropa. Die Konsumenten in den Wachstumsregionen werden etwa 5 Prozent mehr ausgeben als 2010.

Mitarbeiter nach Regionen



F&E-Aufwand nach Unternehmensbereichen



Die Industrie wird 2011 ihre Produktion weltweit um knapp 7 Prozent steigern. Dazu werden die Wachstumsregionen wieder deutlich überproportional beitragen.

Für die Transportindustrie erwarten wir eine Zunahme um 9 Prozent und für die Branchen Elektronik/Elektrotechnik sowie die Metall verarbeitende Industrie von 8 beziehungsweise 7 Prozent. Weniger stark zulegen werden die Papier- und Druckindustrie, die Nahrungs- und Genussmittel- sowie die Verpackungsindustrie, für die wir ein Wachstum von jeweils 3 bis 4 Prozent erwarten.

Für den Transportgütersektor gehen wir von einem Zuwachs von gut 9 Prozent aus. Dabei steht einem Plus von 6 Prozent in den USA ein Produktionsanstieg von 9 bis 10 Prozent in Westeuropa, Asien und Lateinamerika gegenüber. Noch stärker ist der erwartete Zuwachs in Osteuropa mit 15 Prozent.

Um gut 8 Prozent wird die Produktion im Bereich Elektronik/Elektrotechnik zunehmen. Hier steht Nordamerika an der Spitze.

In der Metallindustrie verteilt sich das erwartete Produktionsplus von weltweit 7 Prozent relativ ausgewogen auf die Regionen. Die höchste Wachstumsrate verzeichnet Asien. Am unteren Ende der Skala stehen Nordamerika und Westeuropa.

Die konsumnahen Branchen Nahrungs- und Genussmittel sowie Verpackungen expandieren in den Industrieländern sehr verhalten. Dank eines starken Wachstums in den Wachstumsregionen Asiens erwarten wir weltweit einen Zuwachs von 3 bis 4 Prozent.

In Westeuropa erwarten wir für die Bauwirtschaft ein leichtes Plus, während der Bausektor in Nordamerika angesichts noch immer vorhandener Strukturprobleme nochmals leicht schrumpfen dürfte.

Chancen und Risiken

Großes Potenzial sehen wir weiterhin in den Wachstumsregionen. Hier gibt es überdurchschnittliche Wachstumsmöglichkeiten, von denen wir profitieren werden. Hierzu gehören insbesondere die Regionen Asien, Osteuropa und Afrika/Nahost, aber auch Lateinamerika.

Chancen sehen wir auch in unseren Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Wir entwickeln stetig neue und innovative Produkte und Problemlösungen, die unseren Kunden einen Mehrwert bieten. Wir verfügen über eine gut gefüllte und

ausgewogene Pipeline an mittel- und langfristigen Innovationsprojekten, die wir in diesem und den kommenden Jahren in allen drei Unternehmensbereichen auf den Markt bringen wollen.

Eine weitere Chance stellt unser strikter Kostenfokus dar. Hierbei handelt es sich um einen Prozess, in dem wir den jeweiligen Status quo kontinuierlich hinterfragen und analysieren. Anschließend leiten wir aus den Ergebnissen Maßnahmen ab, die zu Kostensenkung, Kapazitätsanpassung und Bereinigung unseres Portfolios um Randgeschäfte und kleinere Marken führen. Einen wesentlichen Beitrag zur Kostenreduzierung erwarten wir von dem geplanten weiteren Ausbau unserer Shared Service Center.

Darüber hinaus ergeben sich Chancen aus der konsequenten Umsetzung und Implementierung unserer drei strategischen Prioritäten. Diese sind ausführlich erläutert im Kapitel „Strategie und Finanzziele 2012“ unseres  Geschäftsberichts 2010 auf den Seiten 40 bis 43.

Risiken für unsere Konsumentengeschäfte sehen wir insbesondere in der Möglichkeit einer Verschlechterung des Konsumklimas, zum Beispiel bei stark ansteigender Arbeitslosigkeit. Zudem erwarten wir eine weiterhin hohe Wettbewerbsintensität, die sich in einem kontinuierlichen Promotionsdruck und hohen Werbeausgaben manifestiert.

Risiken für unseren Unternehmensbereich Adhesive Technologies liegen in einem Rückgang der gegenwärtigen Markterholung und einem Ausfall einzelner Kunden und Lieferanten.

Für alle drei Unternehmensbereiche stellen weitere, zum Teil deutliche Anstiege der Rohstoff- und Verpackungspreise ein Risiko dar, ebenso Lieferengpässe bei einigen Rohstoffen, insbesondere im Unternehmensbereich Adhesive Technologies. Darüber hinaus sind die Auswirkungen der politischen Unruhen in Nordafrika sowie der Umwelt- und Atomkatastrophe in Japan auf die weltweite Lieferkette nicht seriös vorhersehbar.

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts sind keine Risiken im Zusammenhang mit der zukünftigen Entwicklung erkennbar, die den Fortbestand der Gesellschaft oder des Konzerns gefährden könnten.

Weitere Chancen und Risiken erläutern wir in den Kapiteln der Unternehmensbereiche in unserem  Geschäftsbericht 2010 auf den Seiten 66 bis 77.

Ausblick des Henkel-Konzerns 2011

Nach dem guten ersten Quartal sind wir zuversichtlich, dass wir uns beim organischen Umsatzwachstum – bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – erneut besser entwickeln werden als unsere relevanten Märkte. Wir erwarten nun ein organisches Umsatzwachstum am oberen Ende (bisher: innerhalb) der Bandbreite von 3 bis 5 Prozent.

Wir bestätigen unsere Prognose für die bereinigte¹⁾ Umsatzrendite (EBIT) von etwa 13 Prozent (2010: 12,3 Prozent) und für die Steigerung des bereinigten¹⁾ Ergebnisses je Vorzugsaktie um etwa 10 Prozent (2010: 2,82 Euro).

Die Basis dafür bieten Erhöhungen unserer Absatzpreise und die Anpassung unserer Strukturen an die sich stetig ändernden Marktverhältnisse. Mit diesen Maßnahmen und einer weiterhin strikten Kostendisziplin wollen wir die Ergebniswirkungen der weiter steigenden Rohstoffkosten überkompensieren.

Darüber hinaus erwarten wir für 2011 die folgenden Entwicklungen:

- Anstieg der Preise für Rohstoffe, Verpackungen, bezogene Waren und Leistungen im niedrigen 10-Prozent-Bereich (bisher: hoher einstelliger Prozentbereich),
- eine Forschungs- und Entwicklungsquote von etwa 2,6 Prozent,
- Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von etwa 160 Mio. Euro (bisher: 100 bis 120 Mio. Euro),
- ein Finanzergebnis von etwa minus 160 Mio. Euro,
- eine Steuerquote von etwa 26 Prozent,
- Investitionen in Sachanlagen in Höhe von etwa 400 Mio. Euro.

Umsatz- und Ergebnisprognose 2012

Mit dem Fokus auf unsere im Jahr 2008 implementierten drei strategischen Prioritäten und den bisher gemachten Fortschritten zu deren Erreichung haben wir die Grundlage für unser zukünftiges profitables Wachstum gelegt.

Wir gehen davon aus, dass die Weltwirtschaft nach dem Jahr 2011, für das wir ein Wachstum von gut 3 Prozent erwarten, auch im Jahr 2012 ähnlich stark expandieren wird.

Darauf basierend streben wir auch im Jahr 2012 mit 3 bis 5 Prozent ein über unseren relevanten Märkten liegendes organisches Umsatzwachstum an. Aufgrund der bereits realisierten und noch ausstehenden Maßnahmen zum Ausschöpfen des vollen Geschäftspotenzials sind wir sehr zuversichtlich, bei der bereinigten¹⁾ Umsatzrendite (EBIT) im Jahr 2012 unser Ziel von 14 Prozent und beim bereinigten¹⁾ Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) unser Ziel eines Anstiegs von mehr als 10 Prozent zu erreichen.

Erwartete Entwicklung der für Henkel relevanten Märkte

Unternehmensbereich	2011
Wasch-/Reinigungsmittel	0%
Kosmetik/Körperpflege	0%
Adhesive Technologies	3–5%

Finanzziele 2012

Jährliches organisches Umsatzwachstum (durchschnittlich):
3–5 Prozent

Bereinigte¹⁾ Umsatzrendite (EBIT):
14 Prozent

Jährliches Wachstum des bereinigten¹⁾ Ergebnisses je Vorzugsaktie (durchschnittlich):
>10 Prozent

Nachtragsbericht

Nach dem 31. März 2011 sind keine berichtspflichtigen Ereignisse mit einer besonderen Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns eingetreten.

Im Rahmen von Untersuchungen verschiedener Kartellbehörden in Europa, die sich sämtlich auf Vorgänge aus der Vergangenheit beziehen, hat die Europäische Kommission am 13. April 2011 gegen mehrere internationale Waschmittelhersteller Bußgelder verhängt. Ursache waren Kartellverstöße in verschiedenen Ländern in Westeuropa. Gegen Henkel wurde aufgrund der umfassenden Zusammenarbeit mit der EU-Kommission kein Bußgeld verhängt.

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Konzernbilanz

Aktiva	31.3.2010		31.12.2010		31.3.2011	
in Mio. Euro		%		%		%
Immaterielle Vermögenswerte	8.658	50,7	8.641	49,3	8.259	47,6
Sachanlagen	2.290	13,4	2.215	12,6	2.134	12,3
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	323	1,8	328	1,9	236	1,4
Langfristige Ertragsteuererstattungsansprüche	2	–	3	–	2	–
Andere langfristige Vermögenswerte	15	0,1	30	0,2	109	0,6
Latente Steuern	375	2,2	358	2,0	327	1,9
Langfristiges Vermögen	11.663	68,2	11.575	66,0	11.067	63,8
Vorräte	1.378	8,1	1.460	8,3	1.558	9,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.972	11,5	1.893	10,8	2.092	12,1
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	404	2,5	708	4,0	597	3,4
Andere kurzfristige Vermögenswerte	297	1,7	210	1,2	248	1,4
Kurzfristige Ertragsteuererstattungsansprüche	142	0,8	133	0,8	148	0,9
Flüssige Mittel/Wertpapiere	1.202	7,0	1.515	8,7	1.594	9,2
Kurzfristiges Vermögen	4.395	31,6	5.919	33,8	6.237	36,0
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	34	0,2	31	0,2	30	0,2
Aktiva insgesamt	17.092	100,0	17.525	100,0	17.334	100,0

Passiva

in Mio. Euro	31.3.2010	%	31.12.2010	%	31.3.2011	%
Gezeichnetes Kapital	438	2,6	438	2,5	438	2,5
Kapitalrücklage	652	3,8	652	3,7	652	3,8
Eigene Aktien	-105	-0,6	-99	-0,5	-97	-0,6
Gewinnrücklagen	7.247	42,4	7.926	45,2	8.265	47,7
Sonstige Bestandteile des Eigenkapitals	-1.129	-6,6	-1.058	-6,0	-1.390	-8,0
Eigenkapital der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	7.103	41,6	7.859	44,9	7.868	45,4
Nicht beherrschende Anteile	68	0,4	91	0,5	85	0,5
Eigenkapital	7.171	42,0	7.950	45,4	7.953	45,9
Pensionsverpflichtungen	924	5,4	594	3,4	545	3,1
Langfristige Ertragsteuerrückstellungen	160	0,9	119	0,7	118	0,7
Andere langfristige Rückstellungen	240	1,4	302	1,7	323	1,9
Langfristige Finanzschulden	3.491	20,4	3.570	20,4	3.396	19,6
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	135	0,9	128	0,7	111	0,6
Andere langfristige Verbindlichkeiten	19	0,1	17	0,1	16	0,1
Latente Steuern	431	2,5	416	2,4	413	2,4
Langfristige Verbindlichkeiten	5.400	31,6	5.146	29,4	4.922	28,4
Kurzfristige Ertragsteuerrückstellungen	237	1,4	327	1,9	353	2,0
Andere kurzfristige Rückstellungen	985	5,8	867	4,9	812	4,7
Kurzfristige Finanzschulden	604	3,5	536	3,1	480	2,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.160	12,6	2.308	13,1	2.439	14,0
Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	211	1,2	175	1,0	150	0,9
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	306	1,8	205	1,1	218	1,3
Kurzfristige Ertragsteuerverbindlichkeiten	18	0,1	11	0,1	7	-
Kurzfristige Verbindlichkeiten	4.521	26,4	4.429	25,2	4.459	25,7
Passiva insgesamt	17.092	100,0	17.525	100,0	17.334	100,0

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

in Mio. Euro	1. Q/2010	%	1. Q/2011	%	Veränderung
Umsatzerlöse	3.512	100,0	3.823	100,0	8,9%
Kosten der umgesetzten Leistungen ¹⁾	-1.829	-52,1	-2.073	-54,2	13,3%
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.683	47,9	1.750	45,8	4,0%
Marketing- und Vertriebsaufwendungen ¹⁾	-1.011	-28,8	-1.057	-27,7	4,5%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen ¹⁾	-95	-2,7	-103	-2,7	8,4%
Verwaltungsaufwendungen ¹⁾	-185	-5,3	-187	-4,9	1,1%
Sonstige betriebliche Erträge	42	1,2	46	1,2	9,5%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-12	-0,3	-19	-0,5	58,3%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	422	12,0	430	11,2	1,9%
Zinsertrag	26	0,8	14	0,4	-12,5%
Zinsaufwand	-80	-2,3	-51	-1,3	-27,1%
Zinsergebnis	-54	-1,5	-37	-0,9	-31,5%
Beteiligungsergebnis	-	-	-	-	-
Finanzergebnis	-54	-1,5	-37	-0,9	-31,5%
Ergebnis vor Steuern	368	10,5	393	10,3	6,8%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-102	-2,9	-103	-2,7	1,0%
Quartalsüberschuss	266	7,6	290	7,6	9,0%
- auf nicht beherrschende Anteile entfallend	-7	-0,2	-5	-0,1	-28,6%
- auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	259	7,4	285	7,5	10,0%

¹⁾ Restrukturierungsaufwendungen im ersten Quartal 2011: 43 Mio. Euro (2010: 31 Mio. Euro), darin enthalten: Kosten der umgesetzten Leistungen 29 Mio. Euro (2010: 17 Mio. Euro), Marketing- und Vertriebsaufwendungen 3 Mio. Euro (2010: 6 Mio. Euro), Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen 2 Mio. Euro (2010: 2 Mio. Euro), Verwaltungsaufwendungen 9 Mio. Euro (2010: 6 Mio. Euro).

Ergebnis je Aktie (Earnings per Share) unverwässert

in Euro	1. Q/2010	1. Q/2011	Veränderung
Stammaktie	0,59	0,65	10,2%
Vorzugsaktie ohne Stimmrecht	0,60	0,66	10,0%

Ergebnis je Aktie (Earnings per Share) verwässert

in Euro	1. Q/2010	1. Q/2011	Veränderung
Stammaktie	0,59	0,65	10,2%
Vorzugsaktie ohne Stimmrecht	0,60	0,66	10,0%

Freiwillige Zusatzinformation

in Mio. Euro	1. Q/2010	1. Q/2011
EBIT (wie berichtet)	422	430
Einmalige Erträge	-32	-
Einmalige Aufwendungen	-	-
Restrukturierungsaufwendungen ¹⁾	31	43
Bereinigter EBIT	421	473
<i>Bereinigte Umsatzrendite</i>	<i>in %</i>	<i>12,0</i>
Bereinigtes Finanzergebnis	-54	-37
Bereinigter Quartalsüberschuss		
- Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	258	314
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	0,60
		0,73

¹⁾ Im ersten Quartal 2011 43 Mio. Euro (2010: 30 Mio. Euro) aus dem laufenden Geschäft und 0 Mio. Euro (2010: 1 Mio. Euro) aus der Integration der National Starch-Geschäfte.

Gesamtergebnisrechnung

in Mio. Euro	1. Q/2010	1. Q/2011
Quartalsüberschuss	266	290
Unterschied aus Währungsumrechnung	408	-345
Finanzinstrumente	-9	6
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-34	53
Sonstiges Ergebnis (nach Steuern)	365	-286
Gesamtergebnis der Periode	631	4
– auf nicht beherrschende Anteile entfallend	11	-2
– auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	620	6

Eigenkapitalveränderungsrechnung

in Mio. Euro	Gezeichnetes Kapital			Sonstige Bestandteile des Eigenkapitals					Nicht beherrschende Anteile	Gesamt
	Stammaktien	Vorzugsaktien	Kapitalrücklage	Eigene Aktien	Gewinnrücklagen	Währungsumrechnung	Finanzinstrumente	Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA		
Stand 1.1.2010	260	178	652	-109	7.017	-1.301	-223	6.474	70	6.544
Quartalsüberschuss	-	-	-	-	259	-	-	259	7	266
Sonstiges Ergebnis	-	-	-	-	-34	404	-9	361	4	365
Gesamtergebnis der Periode	-	-	-	-	225	404	-9	620	11	631
Ausschüttungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-7	-7
Verkauf eigener Aktien	-	-	-	4	5	-	-	9	-	9
Sonstige neutrale Veränderungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-6	-6
Stand 31.3.2010	260	178	652	-105	7.247	-897	-232	7.103	68	7.171
Stand 31.12.2010/1.1.2011	260	178	652	-99	7.926	-776	-282	7.859	91	7.950
Quartalsüberschuss	-	-	-	-	285	-	-	285	5	290
Sonstiges Ergebnis	-	-	-	-	53	-338	6	-279	-7	-286
Gesamtergebnis der Periode	-	-	-	-	338	-338	6	6	-2	4
Ausschüttungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-4	-4
Verkauf eigener Aktien	-	-	-	2	1	-	-	3	-	3
Sonstige neutrale Veränderungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stand 31.3.2011	260	178	652	-97	8.265	-1.114	-276	7.868	85	7.953

Konzernkapitalflussrechnung

in Mio. Euro	1. Q/2010	1. Q/2011
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	422	430
Gezahlte Ertragsteuern	-44	-79
Abschreibungen/Zuschreibungen Anlagevermögen (ohne Finanzanlagen)	101	103
Gewinne/Verluste aus Anlageabgängen (ohne Finanzanlagen)	-4	-8
Veränderung der Vorräte	-109	-139
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-179	-256
Veränderung sonstiger finanzieller Vermögenswerte und sonstiger Vermögenswerte	-60	-54
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	211	179
Veränderung anderer Verbindlichkeiten und Rückstellungen	48	-3
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	386	173
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-2	-2
Investitionen in Sachanlagen	-54	-68
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	- ¹⁾	-3
Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten	2	4
Erlöse aus Sonstigen Anlageabgängen	9	20
Cashflow aus Investitionstätigkeit/Akquisitionstätigkeit	-45	-49
Dividenden Henkel AG & Co. KGaA	-	-
Dividenden Tochterunternehmen (an nicht beherrschende Anteile)	-7	-4
Erhaltene Zinsen	26	13
Gezahlte Zinsen	-76	-52
<i>Gezahlte und erhaltene Dividenden und Zinsen</i>	<i>-57</i>	<i>-43</i>
Veränderung der Finanzschulden	-66	-9
Zuführungen an Pensionsfonds	-28	-27
Sonstige Veränderung der Pensionsverpflichtungen	-17	-9
Sonstige Finanzierungsvorgänge	-98 ¹⁾	61
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-266	-27
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	75	97
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelfonds	17	-18
Veränderung Flüssige Mittel/Wertpapiere	92	79
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 1.1.	1.110	1.515
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 31.3.	1.202	1.594

¹⁾ Vorjahr angepasst aufgrund Änderung des International Accounting Standard (IAS) 7 in Verbindung mit IAS 27.

Freiwillige Zusatzinformation Überleitung zum Free Cashflow

in Mio. Euro	1. Q/2010	1. Q/2011
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	386	173
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-2	-2
Investitionen in Sachanlagen	-54	-68
Erlöse aus Sonstigen Anlageabgängen	9	20
Zinssaldo	-50	-39
Sonstige Veränderung der Pensionsverpflichtungen	-17	-9
Free Cashflow	272	75

Konzernsegmentberichterstattung nach Unternehmensbereichen¹⁾

Erstes Quartal 2011

in Mio. Euro

	Wasch-/ Reini- gungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Klebstoffe für Handwerker und Konsu- menten	Industrie- klebstoffe	Summe Adhesive Tech- nologies	Summe operative Unternehmens- bereiche	Corporate	Konzern
Umsatz Januar – März 2011	1.072	821	444	1.439	1.884	3.777	46	3.823
Veränderung gegenüber Vorjahr	2,2%	7,7%	10,4%	15,3%	14,1%	9,1%	-7,2%	8,9%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	1,5%	5,7%	8,5%	12,0%	11,1%	7,0%	-	6,8%
Organisch	1,6%	5,7%	9,9%	12,0%	11,5%	7,2%	-	7,2%
Anteil am Konzernumsatz	28%	22%	11%	38%	49%	99%	1%	100%
Umsatz Januar– März 2010	1.049	762	402	1.249	1.651	3.462	50	3.512
EBIT Januar – März 2011	100	112	55	189	244	457	-27	430
EBIT Januar – März 2010	151	100	42	143	185	437	-15 ⁴⁾	422
Veränderung gegenüber Vorjahr	-33,8%	12,6%	29,5%	32,3%	31,6%	4,6%	-	1,9%
Umsatzrendite (EBIT) Januar – März 2011	9,4%	13,7%	12,3%	13,1%	13,0%	12,1%	-	11,2%
Umsatzrendite (EBIT) Januar – März 2010	14,4%	13,1%	10,5%	11,5%	11,2%	12,6%	-	12,0%
Bereinigter EBIT Januar – März 2011	133	113	56	191	247	493	-20	473
Bereinigter EBIT Januar – März 2010	136	98	48	154	201	436	-14	421
Veränderung gegenüber Vorjahr	-2,4%	15,1%	16,9%	24,3%	22,6%	13,1%	-	12,1%
Umsatzrendite (bereinigter EBIT) Januar – März 2011	12,4%	13,8%	12,6%	13,3%	13,1%	13,1%	-	12,4%
Umsatzrendite (bereinigter EBIT) Januar – März 2010	13,0%	12,9%	11,9%	12,3%	12,2%	12,6%	-	12,0%
Eingesetztes Kapital Januar – März 2011²⁾	2.361	1.987	973	5.906	6.878	11.226	16	11.242
Eingesetztes Kapital Januar – März 2010 ²⁾	2.472	2.038	965	5.842	6.807	11.316	-86	11.230
Veränderung gegenüber Vorjahr	-4,5%	-2,5%	0,8%	1,1%	1,1%	-0,8%	>100%	0,1%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar – März 2011	17,0%	22,6%	22,6%	12,8%	14,2%	16,3%	-	15,3%
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar – März 2010	24,5%	19,6%	17,6%	9,8%	10,9%	15,4%	-	15,0%
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte/ Sachanlagevermögen Januar – März 2011	32	12	11	45	56	99	4	103
Davon außerplanmäßige Abschreibungen 2011	6	-	-	-	-	-	-	6
Davon Zuschreibungen 2011	-	-	-	-	-	-	-	-
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte/ Sachanlagevermögen Januar – März 2010	28	10	14	47	61	97	4	101
Davon außerplanmäßige Abschreibungen 2010	-	-	1	1	2	2	-	2
Davon Zuschreibungen 2010	-	-	-	-	-	-	1	1
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar – März 2011	24	53	8	23	31	108	3	111
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar – März 2010	18	8	7	20	27	53	3	56
Operatives Bruttovermögen Januar – März 2011³⁾	3.752	2.796	1.384	7.063	8.447	14.995	409	15.404
Operative Verbindlichkeiten Januar – März 2011	1.233	1.012	471	1.474	1.945	4.190	393	4.584
Operatives Vermögen Januar – März 2011³⁾	2.519	1.784	913	5.589	6.501	10.805	16	10.821
Operatives Bruttovermögen Januar – März 2010 ³⁾	3.855	2.742	1.365	6.891	8.257	14.853	330	15.183
Operative Verbindlichkeiten Januar – März 2010	1.223	905	457	1.302	1.759	3.888	416	4.303
Operatives Vermögen Januar – März 2010³⁾	2.631	1.837	908	5.589	6.497	10.966	-86	10.880

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro.²⁾ Mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten vor Verrechnung mit kumulierten Abschreibungen gemäß IFRS 3.79(b).³⁾ Mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten.⁴⁾ Im Jahr 2010 einschließlich der letztmalig unter Corporate ausgewiesenen Restrukturierungsaufwendungen für die Integration der National Starch-Geschäfte in Höhe von 1 Mio. Euro.

Ergebnis je Aktie

Bei der Berechnung des Ergebnisses je Aktie für den Zeitraum Januar bis März 2011 haben wir eine anteilige Dividende auf Basis der Dividendenaus-schüttung der Henkel AG & Co. KGaA für das Ge-schäftsjahr 2010 unterstellt, da unterjährig keine Beschlüsse zur Verwendung des Bilanzgewinns gefasst wurden.

Zum 31. März 2011 ergab sich kein Verwässerungs-effekt aus dem Aktien-Optionsprogramm.

Ergebnis je Aktie

	1. Q/2010	1. Q/2011
Quartalsüberschuss		
– Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA in Mio. Euro	259	285
Anzahl der im Umlauf befindlichen Stammaktien	259.795.875	259.795.875
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie in Euro	0,59	0,65
Anzahl der im Umlauf befindlichen Vorzugsaktien ¹⁾	173.854.183	174.199.021
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,60	0,66
Verwässerungseffekt aus Aktien-Optionsprogramm	370.302	216.783
Anzahl potenzieller Vorzugsak-tien ²⁾	174.224.485	174.415.803
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie in Euro	0,59	0,65
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,60	0,66

¹⁾ Gewichteter Durchschnitt der Vorzugsaktien.

²⁾ Gewichteter Durchschnitt der Vorzugsaktien (korrigiert um potenzielle Zahl der Aktien aus dem Aktien-Optionsprogramm).

Veränderungen im Bestand eigener Aktien

Der Bestand eigener Aktien zum 31. März 2011 belief sich auf 3.948.820 Stück Vorzugsaktien. Dies entspricht einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 3,9 Mio. Euro (0,90 Prozent).

Durch die Ausübung von Optionen im Rahmen des Aktien-Optionsprogramms verringerte sich der Bestand eigener Aktien im Zeitraum Januar bis März 2011 um 77.745 Stück Vorzugsaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 0,1 Mio. Euro (0,02 Prozent).

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Den Quartalsfinanzbericht des Henkel-Konzerns haben wir gemäß Paragraf 37x Absatz 3 in Verbindung mit Paragraf 37w Absatz 2 Wertpapierhandels-gesetz (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 Bewertungsmetho-den, wie sie für den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2010 gültig waren, mit Ausnahme der Anwendung neuer Rechnungslegungsver-lautbarungen im Geschäftsjahr 2011. 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 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, in der Gesamtergebnisrechnung, in der Konzernbilanz, in der Eigenkapitalverände-rungsrechnung und in der Konzernkapitalfluss-rechnung Positionen weiter aufgegliedert oder die Positionsbezeichnungen angepasst worden.

IAS 34.41 gestattet zur Vereinfachung der unter-jährigen Berichterstattung, in größerem Rahmen als im Jahresabschluss Schätzungen vorzuneh-men und Annahmen zu treffen. Voraussetzung hierfür ist, dass alle wesentlichen Finanzinforma-tionen, 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 Ge-schäftsjahres 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 2011 sind neben der Henkel AG & Co. KGaA als oberstes Mutterunternehmen acht inländische und 183 aus-ländische Gesellschaften einbezogen, bei denen die Henkel AG & Co. KGaA nach dem Kontrollkon-zept beherrschenden Einfluss auf die Finanz- und Geschäftspolitik hat. Dies ist in der Regel dann der Fall, wenn die Henkel AG & Co. KGaA direkt oder indirekt die Mehrheit der Stimmrechte besitzt. Gesellschaften mit einer Beteiligung von nicht mehr als der Hälfte der Stimmrechte werden voll konsolidiert, sofern die Henkel AG & Co. KGaA direkt oder indirekt deren Finanz- und Geschäfts-politik bestimmen kann.

Im Vergleich zum 31. Dezember 2010 wurden zwei Gesellschaften neu in den Konsolidierungskreis aufgenommen, und zwei Gesellschaften haben den Konsolidierungskreis verlassen. Darüber hinaus haben keine Fusionen stattgefunden. Die Änderungen des Konsolidierungskreises haben die wesentlichen Konzernabschlussposten nicht nennenswert verändert.

Akquisitionen und Divestments

Mit Wirkung zum 1. Januar 2011 haben wir die Kontrolle über die Gesellschaft Schwarzkopf Inc., Culver City, Kalifornien, USA, erworben. Der Stimmrechtsanteil an der Gesellschaft beträgt 100 Prozent. Der gezahlte Kaufpreis betrug 42 Mio. Euro. Der vorläufige Unterschiedsbetrag entspricht dem gezahlten Kaufpreis. Die übernommenen Flüssigen Mittel von 1 Mio. Euro werden in der Kapitalflussrechnung unter den Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen gezeigt. Durch die direkte Präsenz im US-Friseurgeschäft können Potenziale besser ausgeschöpft werden.

Gesamtergebnisrechnung

Auf die Bestandteile des sonstigen Ergebnisses entfallen Steueraufwendungen auf die versicherungsmathematischen Gewinne in Höhe von 32 Mio. Euro (31. März 2010: Steuererträge in Höhe von 36 Mio. Euro) und Steueraufwand aus Cash-flow Hedges in Höhe von 3 Mio. Euro (31. März 2010: Steuererträge in Höhe von 9 Mio. Euro).

Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte

Die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte sind im Vergleich zum 31. Dezember 2010 nahezu unverändert. Mit Wirkung vom 11. Januar 2011 wurden die in diesem Posten ausgewiesenen Vermögenswerte eines Teils unseres Bauklebstoffgeschäfts in Südkorea an den Erwerber übertragen.

Haftungsverhältnisse

Zum 31. März 2011 betragen die Verbindlichkeiten aus Bürgschaften, Wechsel- und Scheckbürgschaften sowie Gewährleistungsverträgen insgesamt 19 Mio. Euro. Am 31. Dezember 2010 hatten Verbindlichkeiten von 15 Mio. Euro bestanden.

Operating-Leasingverpflichtungen

Operating-Leasingverhältnisse im Sinne 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 2011 wie folgt dar:

Operating-Leasingverpflichtungen

in Mio. Euro	31.12.2010	31.3.2011
Fälligkeit im Folgejahr	58	53
Fälligkeit zwischen 1 bis 5 Jahren	127	114
Fälligkeit über 5 Jahre	36	35
Gesamt	221	202

Stimmrechtsmitteilungen, Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Der Gesellschaft ist mitgeteilt worden, dass der Stimmrechtsanteil der Mitglieder des Aktienbindungsvertrags Henkel zum 21. Oktober 2010 insgesamt rund 53,21 Prozent der Stimmrechte (138.240.804 Stimmen) an der Henkel AG & Co. KGaA beträgt.

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Im Vergleich zum Konzernabschluss 31. Dezember 2010 haben sich keine Unterschiede in der Segmentierungsgrundlage sowie bei der Darstellung der Segmentergebnisse ergeben. Die Definition der Kennzahl ROCE sowie des operativen Vermögens und des eingesetzten Kapitals finden Sie im  Geschäftsbericht 2010 auf Seite 44 beziehungsweise Seite 129.

Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Die wesentlichen Posten der Kapitalflussrechnung und deren Veränderungen erläutern wir auf  Seite 18.

Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht

An die Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf:

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Konzernbilanz, Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzernkapitalflussrechnung sowie ausgewählten Anhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, für den Zeitraum vom 1. Januar 2011 bis 31. März 2011, die Bestandteile des Quartalsfinanzberichts nach Paragraf 37x Absatz 3 in Verbindung mit Paragraf 37w Absatz 2 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 2. Mai 2011

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Thomas Sauter
Wirtschaftsprüfer

Michael Gewehr
Wirtschaftsprüfer

Bericht des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats

In der Sitzung am 2. Mai 2011 wurden dem Prüfungsausschuss der Zwischenbericht für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2011 sowie der Bericht der KPMG AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, über die Prüferische Durchsicht des Zwischenabschlusses und Zwischenlageberichts vorgelegt und durch den Vorstand und die KPMG erläutert. Der Prüfungsausschuss stimmte dem Zwischenbericht zu.

Düsseldorf, 2. Mai 2011

Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses
Dr. Bernhard Walter

Impressum

Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA
40191 Düsseldorf
Telefon: +49 (0) 2 11 / 7 97-0

© 2011 Henkel AG & Co. KGaA

Redaktion:

Corporate Communications, Investor Relations,
Corporate Accounting and Reporting
Koordination: Oliver Luckenbach,
Jens Bruno Wilhelm, Wolfgang Zengerling
Design: Kirchhoff Consult AG, Hamburg
Fotos: Xu Jian, Henkel
Gesamtproduktion: Druckpartner Schotte, Essen/Krefeld

Veröffentlichungsdatum dieses Berichts:
4. Mai 2011

Corporate Communications
Telefon: +49 (0) 2 11 / 7 97-26 06
Fax: +49 (0) 2 11 / 7 98-24 84
E-Mail: lars.witteck@henkel.com

Investor Relations
Telefon: +49 (0) 211 / 7 97-39 37
Fax: +49 (0) 211 / 7 98-28 63
E-Mail: oliver.luckenbach@henkel.com



MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C017894

Der Quartalsfinanzbericht ist gedruckt auf PROFIsilkFSC von Sappi. Das Papier ist aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff. Es besteht aus Holzfasern, die aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammen und nach den Regeln des Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert ist. Die Druckfarben enthalten keine Schwermetalle.

Alle Produktnamen sind geschützte Marken der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, oder der mit ihr Verbundenen Unternehmen.

Finanzkalender

Veröffentlichung des Berichts
über das zweite Quartal / erste Halbjahr 2011:
Mittwoch, 10. August 2011

Veröffentlichung des Berichts
über das dritte Quartal / Dreivierteljahr 2011:
Mittwoch, 9. November 2011

Veröffentlichung des Berichts
über das Geschäftsjahr 2011:
Donnerstag, 8. März 2012

Hauptversammlung der
Henkel AG & Co. KGaA 2012:
Montag, 16. April 2012

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.