

Statement Hans Van Bylen, Vorsitzender des Vorstands

Conference Call – 11. August 2016, 10.30 Uhr

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserer Telefonkonferenz.

Heute Morgen haben Sie bereits unsere Pressemitteilung sowie den Bericht zum zweiten Quartal und ersten Halbjahr 2016 erhalten.

Ich möchte Sie gerne noch einmal kurz durch die wichtigsten Eckdaten des abgelaufenen Quartals führen und auf unseren Ausblick für 2016 eingehen. Anschließend beantworten Finanzvorstand Carsten Knobel und ich gerne Ihre Fragen.

Meine Damen und Herren,

das wirtschaftliche und politische Umfeld, in dem Henkel operiert, war im zweiten Quartal zunehmend herausfordernd und von vielen Unsicherheiten geprägt.

Die Weltwirtschaft wuchs insgesamt nur moderat und die Wachstumsdynamik schwächte sich weiter ab.

An den Devisenmärkten gab es weiterhin große Schwankungen. Dieser Trend wird sich voraussichtlich im Jahresverlauf fortsetzen.

Zusätzliche Unsicherheit über die wirtschaftliche Entwicklung brachte im vergangenen Quartal insbesondere das Brexit-Votum. Dabei ist heute noch nicht abzusehen, welche langfristigen Folgen ein Austritt Großbritanniens aus der Europäischen Union auf den gesamten Euro-Raum haben wird.

Trotz dieser Rahmenbedingungen sind wir mit dem Verlauf des zweiten Quartals sehr zufrieden. Henkel hat erneut eine starke Geschäftsentwicklung gezeigt.

So erzielten wir im zweiten Quartal 2016 einen Umsatz von rund 4,7 Milliarden Euro. Organisch, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen und Divestments, stieg der Umsatz um 3,2 Prozent.

Alle drei Unternehmensbereiche haben zu diesem Wachstum beigetragen.

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care erreichte beim Umsatz eine starke organische Wachstumsrate von 5,3 Prozent. Beauty Care erzielte einen guten organischen Zuwachs von 2,1 Prozent. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies verzeichnete ebenfalls ein gutes organisches Umsatzwachstum von 2,6 Prozent.

Der berichtete Konzernumsatz lag 0,9 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Dies ist auf die Wechselkurseffekte zurückzuführen: Sie hatten im zweiten Quartal einen negativen Einfluss von 5,3 Prozent – das entspricht rund 250 Millionen Euro.

Kommen wir nun zu den Regionen: Hier hat Henkel sowohl in den reifen Märkten als auch in den Wachstumsmärkten sein organisches Wachstum fortgesetzt.

In den reifen Märkten verzeichnete Henkel insgesamt ein organisches Wachstum von 1,0 Prozent. Dabei stieg der Umsatz in einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld in Westeuropa organisch um 1,1 Prozent. In Nordamerika legte er um 1,8 Prozent zu.

Die Wachstumsmärkte haben mit einem Plus von 6,1 Prozent erneut wesentlich zu unserem organischen Umsatzwachstum beigetragen.

In Osteuropa wuchs der Umsatz in einem schwierigen Marktumfeld organisch um 9,7 Prozent. Hierzu trugen vor allem die Geschäfte in Russland, in der Türkei und in Polen bei.

Der Umsatz der Region Asien/Pazifik legte organisch um 0,4 Prozent zu, insbesondere getrieben durch die Geschäftsentwicklung in Indien und Südkorea, während die Entwicklung in China aufgrund der schwächeren Industrienachfrage negativ war.

In Afrika/Nahost war das Wachstum weiterhin durch die geopolitischen Unruhen in einigen Ländern beeinflusst. Dennoch stieg der Umsatz hier organisch um 4,4 Prozent.

In Lateinamerika erzielten wir mit 11,0 Prozent eine zweistellige organische Umsatzsteigerung. Zu dieser Verbesserung trug insbesondere die Geschäftsentwicklung in Mexiko bei.

Nach diesem Blick auf die Umsatzentwicklung der einzelnen Unternehmensbereiche und Regionen möchte ich nun auf die Ergebnisentwicklung auf Konzernebene eingehen. Wir haben unsere Ergebnisse weiter deutlich verbessert und eine sehr starke Steigerung der bereinigten Umsatzrendite erzielt.

Das betriebliche Ergebnis – bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen – erhöhte sich um 6,6 Prozent auf 819 Mio. Euro.

Die bereinigte Umsatzrendite konnte um 1,2 Prozentpunkte auf 17,6 Prozent gesteigert werden.

Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie legte um 8,5 Prozent auf 1 Euro 40 Cent zu.

Das sind alles neue Höchstwerte für Henkel. Gerade vor dem Hintergrund des schwierigen Geschäftsumfelds ist das eine hervorragende Leistung, zu der alle drei Unternehmensbereiche beigetragen haben.

Ich möchte mich daher bei allen Mitarbeitern weltweit bedanken, die mit ihrem Einsatz die erfolgreiche Entwicklung im zweiten Quartal ermöglicht haben.

Meine Damen und Herren,

an dieser Stelle möchte ich auch auf den im zweiten Quartal vereinbarten Zukauf der Sun Products Corporation eingehen.

Wir freuen uns sehr über diese Akquisition. Sie ist für Henkel ein strategisch wichtiger Schritt. Wir bauen damit unsere Position in Nordamerika deutlich aus. Nordamerika zählt für uns zu den weltweit wichtigsten Regionen. Die erfolgreichen und bekannten Marken von Sun Products, die im Geschäftsjahr 2015 einen Umsatz von rund 1,4 Milliarden Euro erzielten, werden unser bestehendes Produktportfolio ergänzen und stärken. Nach dem Abschluss der Transaktion werden wir zur Nummer zwei im US-Waschmittelmarkt, dem größten Waschmittelmarkt der Welt.

Mit einem Volumen von rund 3,2 Milliarden Euro ist der Erwerb von Sun Products die zweitgrößte Akquisition der Henkel-Geschichte. Daneben haben wir unser Unternehmen auch durch eine Reihe kleinerer und mittlerer Zukäufe gestärkt.

So haben wir im April einen Vertrag zur Übernahme des Waschmittelgeschäfts und der damit verbundenen Marken von der Behdad Chemical Company unterzeichnet. Dadurch stärken wir unsere führende Position im Waschmittelmarkt im Iran, dem zweitgrößten Markt in der Region Afrika/Nahost.

Ebenfalls im Bereich Laundry & Home Care ist uns mit dem Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung an der Expand Global Industries der Markteintritt in Nigeria – der größten Volkswirtschaft Afrikas – gelungen.

Im Klebstoffbereich haben wir unser Geschäft durch einen kleineren Zukauf gestärkt. Wir haben das Fliesenkleber-Geschäft von dem kolumbianischen Unternehmen Alfagres erworben.

Das zeigt: Wir verfolgen weiterhin unsere Strategie, gezielt zu investieren, um unsere Marktposition in den reifen Märkten zu stärken und unsere Präsenz in den Wachstumsmärkten weiter auszubauen.

Damit komme ich zum Ausblick für das laufende Geschäftsjahr. Wir erleben im Jahr 2016 ein zunehmend herausforderndes Umfeld. Die Weltwirtschaft wächst nur moderat und die Wachstumsdynamik schwächt sich weiter ab. Die hohe Unsicherheit in den Märkten sowie die ungünstigen Wechselkursentwicklungen werden uns auch künftig begleiten.

Dennoch haben wir heute unseren Ausblick für das Umsatz- und Gewinnwachstum bestätigt und zwei Anpassungen vorgenommen.

Für das laufende Geschäftsjahr 2016 erwarten wir weiterhin ein organisches Umsatzwachstum von 2 bis 4 Prozent. Dabei gehen wir unverändert davon aus, dass das Wachstum aller Unternehmensbereiche jeweils in dieser Bandbreite liegen wird.

Ebenfalls unverändert gehen wir davon aus, dass das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie um 8 bis 11 Prozent zulegen wird.

Bezüglich des Anteils der Wachstumsmärkte am Gesamtumsatz haben wir unsere Erwartungen angepasst und gehen nun wechselkursbedingt von einem leichten Rückgang gegenüber dem Vorjahr aus.

Bei der bereinigten Umsatzrendite erwarten wir für das Geschäftsjahr 2016 nun einen Anstieg auf über 16,5 Prozent. Bisher gingen wir von etwa 16,5 Prozent aus. Die bereinigte Umsatzrendite der einzelnen Unternehmensbereiche soll dabei jetzt über dem Niveau des Vorjahrs liegen.

Für den aktuellen Strategiezyklus von 2013 bis Ende 2016 haben wir uns das Ziel von durchschnittlich 10 Prozent Wachstum beim bereinigten Ergebnis je Vorzugsaktie pro Jahr gesetzt und haben dieses weiter fest im Blick.

Meine Damen und Herren,

lassen Sie mich noch einmal kurz zusammenfassen: Henkel hat sich auch im zweiten Quartal des Jahres erfolgreich entwickelt.

Wir haben in einem zunehmend schwierigen und volatilen Marktumfeld ein gutes organisches Wachstum erreicht und unsere Ergebnisse und die Profitabilität auf neue Rekordwerte gesteigert. Dazu haben alle drei Unternehmensbereiche beigetragen. Zudem haben wir unser Unternehmen durch den vereinbarten Zukauf von Sun Products deutlich gestärkt.

Damit haben wir die Grundlage geschaffen, um die erfolgreiche Entwicklung von Henkel auch in Zukunft fortzuführen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Carsten Knobel und ich freuen uns jetzt auf Ihre Fragen.

Diese Information enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel AG & Co. KGaA beruhen. Mit der Verwendung von Worten wie erwarten, beabsichtigen, planen, vorhersehen, davon ausgehen, glauben, schätzen und ähnlichen Formulierungen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. Diese Aussagen sind nicht als Garantien dafür zu verstehen, dass sich diese Erwartungen auch als richtig erweisen. Die zukünftige Entwicklung sowie die von der Henkel AG & Co. KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, wie z.B. das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Henkel hierzu eine gesonderte Verpflichtung.