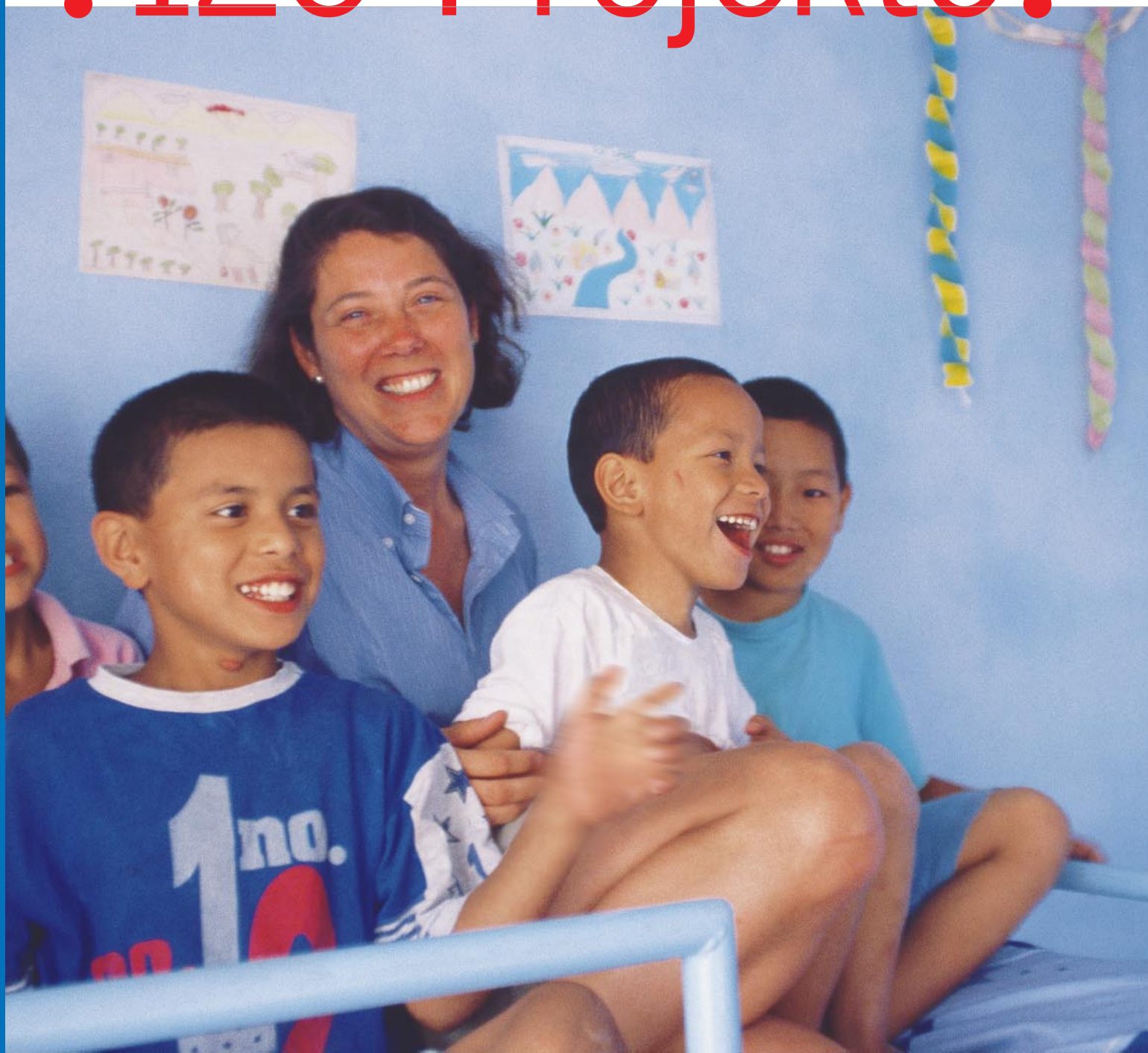
Informationen an unsere Aktionäre

über die Geschäftsentwicklung von Januar bis Juni 2001

Henkel

125 years. focus: future. *Zum 125-jährigen Firmenjubiläum blickt Henkel nach vorn. Auf eine erfolgreiche Zukunft, die wir auch mit Kindern dieser Welt teilen wollen. Deshalb* **fördert Henkel 125 Kinder-Projekte. Weltweit.** **Alle Projekte werden von Mitarbeitern oder Pensionären ehrenamtlich begleitet.** *Etwa von Susanne Lücker (Bildmitte), medizinisch-technische Assistentin bei Henkel, die 870 Kilogramm Hygieneartikel, Verbandszeug und medizinisches Gerät in das* **Kanti-Children's-Hospital** *nach Katmandu in Nepal brachte.*

:125 Projekte.



Henkel hält Kurs – trotz schwacher Konjunktur

- ***Markenartikel mit gutem Ergebniswachstum***
- ***Industriegeschäfte spüren die Konjunkturschwäche auf den Weltmärkten – Cognis weiter im Aufwind***
- ***Das Ergebnis je Aktie steigt um 7,6 Prozent***

Umsatz und Ergebnis

Von Januar bis Juni 2001 erzielte die Henkel-Gruppe einen Umsatz von 6,7 Mrd Euro. Das sind 8,1 Prozent mehr als im Vorjahr. Das Stammgeschäft wuchs um 2,5 Prozent, Währungskurseinflüsse trugen mit 1,1 Prozent zur Umsatzsteigerung bei, Akquisitionen wirkten sich nach Aufrechnung mit Divestments mit 4,5 Prozent positiv aus.

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) lag mit 463 Mio Euro auf dem Niveau des Vorjahres. Es wurde mit einem Verlust in Höhe von 28 Mio Euro aus der Abwertung der türkischen Lira belastet. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) betrug 13,3 Prozent.

Der Halbjahresüberschuss lag mit 260 Mio Euro um 6,1 Prozent über dem Vergleichswert des Vorjahres.

Das Ergebnis je Aktie erhöhte sich um 7,6 Prozent auf 1,69 Euro.

Regionale Entwicklung

Zur Umsatzsteigerung in Europa – einschließlich Afrika und Naher Osten – haben alle Unternehmensbereiche beigetragen. Das betriebliche Ergebnis der Region verbesserte sich trotz der Wirtschaftskrise in der Türkei.

In den USA und Kanada stieg der Umsatz überdurchschnittlich durch die Akquisitionen von Dexter (Klebstoffe) und Atofina (Oberflächentechnik); in Lateinamerika durch die Übernahme des Universalwaschmittelgeschäftes von Colgate in Mexiko. Die in der Region Asien/Pazifik erzielte Umsatzsteigerung ist auf die Akquisition von Dexter sowie die gute Entwicklung der Kosmetik zurückzuführen.

Die konjunkturellen Probleme in den USA, Brasilien, Japan und Australien wirkten sich negativ auf die betrieblichen Ergebnisse der Unternehmensbereiche aus.

Wichtiges Ereignis

Im Juni 2001 hat Henkel ein weltweites Mitarbeiter-Aktienprogramm angekündigt, das im September startet. Alle Mitarbeiter der Henkel-Gruppe können Henkel-Vorzugsaktien zu günstigen Konditionen erwerben. Für jeden Euro, den ein Mitarbeiter investiert, legt Henkel 50 Cents dazu. Die Aktien müssen mindestens drei Jahre lang gehalten werden.

Geschäftsentwicklung der Unternehmensbereiche

Im Unternehmensbereich **Klebstoffe** trugen Akquisitionen wie Dexter nach Aufrechnung mit Divestments 9,1 Prozent zum Umsatzwachstum bei. Kurseinflüsse wirkten sich mit 1,8 Prozent positiv aus. Das Stammgeschäft blieb nahezu konstant.

Der Rückgang des betrieblichen Ergebnisses bei Klebstoffen hat mehrere Ursachen: ein vergleichsweise schwieriges Geschäft in Deutschland, die Krise in der Türkei, Produktfälschungen in Brasilien und die rückläufige Nachfrage in Japan. Darüber hinaus litt das Klebstoffergebnis unter steigenden Preisen für Rohstoffe und Verpackungen bei Industrie- und Konsumentenklebstoffen. Der weltweite Einbruch der Elektronikkonjunktur und der Rückgang in der Automobilproduktion – vor allem in den USA – belasteten das Ergebnis der Konstruktionsklebstoffe.

Der Umsatz bei den Klebstoffen für Konsumenten und Handwerker lag auf Vorjahresniveau. Wesentliche Gründe für das schwache Wachstum waren die unbefriedigende Baukonjunktur in Europa, der rückläufige Markt bei Tape-

Eckdaten Henkel Konzern nach Regionen

Januar bis Juni 2001

Mio Euro	Europa/Afrika/ Naher Osten	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	**Konzern**
Umsatz Jan.-Juni 2001	**4.619**	**1.162**	**337**	**567**	**6.685**
Umsatz Jan.-Juni 2000	4.367	1.051	254	512	6.184
Veränderung in %	5,8	10,6	32,7	10,7	8,1
EBIT Jan.-Juni 2001	**416**	**25**	**11**	**11**	**463**
EBIT Jan.-Juni 2000	395	36	14	17	462
Veränderung in %	5,3	– 30,6	– 21,4	– 35,3	0,2
Umsatzrendite EBIT Jan.-Juni 2001 in %	**9,0**	**2,2**	**3,3**	**1,9**	**6,9**
Umsatzrendite EBIT Jan.-Juni 2000 in %	9,0	3,4	5,5	3,3	7,5

tenkleister und Haushaltsklebstoffen in Deutschland sowie die Wirtschaftskrise in der Türkei. Erfreulich entwickelten sich dagegen die Geschäfte mit Pritt und mit Klebebändern (Manco) in den USA.

Die Konstruktionsklebstoffe steigerten den Umsatz im ersten Halbjahr wegen der Akquisition des Polymer-Spezialitätengeschäfts von Dexter um 28,0 Prozent. Das Stammgeschäft entwickelte sich positiv in Europa und Lateinamerika. In Nordamerika und Asien wirkte sich die schwache Industriekonjunktur speziell auf die Geschäfte mit der Automobil- und Elektronikindustrie ungünstig aus.

Ein starkes Umsatzwachstum von 8,5 Prozent realisierten die Industrie- und Verpackungsklebstoffe. Im nordamerikanischen und im asiatischen Markt konnten Marktanteile in der grafischen Industrie und bei den Kaschierklebstoffen gewonnen werden.

Der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** verzeichnete im ersten Halbjahr ein organisches Wachstum von 6,7 Prozent. Es basiert auf Marktanteilsgewinnen in Deutschland, Benelux, Italien, Russland und Lateinamerika. Die Akquisition Yamahatsu, Japan, trug mit 1,1 Prozent zum Umsatzwachstum bei. Kurseinflüsse wirkten sich mit 0,4 Prozent negativ aus.

Die Steigerung des betrieblichen Ergebnisses basierte auf der sehr guten Entwicklung der Geschäfte in Deutschland, Russland und Benelux. Negativ beeinflusst wurde das Ergebnis durch die Lage in der Türkei.

Das Kosmetik-Markenartikelgeschäft verzeichnete im ersten Halbjahr eine Umsatzsteigerung von 7,1 Prozent. In der Haarkosmetik stieg der Umsatz um 16,3 Prozent. Wachstumsträger waren die Colorationen, die sich vor allem in Japan gut entwickelten und ihr Wachstum in Europa fortsetzten. Die Styling- und Haarpflegesegmente zeigten aufgrund von weiteren Produkteinführungen ebenfalls ein gutes Umsatzwachstum.

Im Körperpflegegeschäft stieg der Umsatz um 3,0 Prozent. Die Marke Fa wurde durch die Einführung der Wellness-Serie weiter gestärkt. Der Umsatz in der Gesichtspflege lag leicht über Vorjahr. Diadermine und Aok entwickelten sich aufgrund von Neueinführungen positiv. Die Mundhygiene erreichte beim Umsatz das Vorjahresniveau. Die Tubeninnovation Theramed Perfekt etablierte sich erfolgreich in mehreren europäischen Ländern.

Der Umsatz des Friseurgeschäftes (Schwarzkopf Professional) stieg um 8,3 Prozent. In Deutschland wurde das Geschäft von der rückläufigen Marktentwicklung beein-

Segmentinformation nach Produktbereichen Januar bis Juni 2001

	Klebstoffe	Kosmetik	Wasch-/ Reinigungs-mittel	Hygiene/ Oberflächen-technik	Cognis	Sonstiges	Konzern
Umsatz Jan.-Juni 2001	1.555	1.051	1.536	1.008	1.499	36	6.685
Veränderung in %	10,7	7,4	12,9	6,0	4,0	– 21,7	8,1
Anteil am Konzernumsatz	23,3	15,7	23,0	15,1	22,4	0,5	100,0
Umsatz Jan.-Juni 2000	1.405	979	1.361	951	1.442	46	6.184
EBITDA Jan.-Juni 2001	216	116	166	121	184	– 9	794
EBITDA Jan.-Juni 2000	221	112	149	124	179	– 18	767
Veränderung in %	– 2,3	3,6	11,4	– 2,4	2,8	–	3,5
Umsatzrendite (EBITDA) in % Jan.-Juni 2001	13,9	11,0	10,8	12,0	12,3	–	11,9
Umsatzrendite (EBITDA) in % Jan.-Juni 2000	15,7	11,4	10,9	13,0	12,4	–	12,4
EBITA Jan.-Juni 2001	162	92	111	83	119	– 10	557
EBITA Jan.-Juni 2000	173	86	99	87	115	– 20	540
Veränderung in %	– 6,4	7,0	12,1	– 4,6	3,5	–	3,1
Umsatzrendite (EBITA) in % Jan.-Juni 2001	10,4	8,8	7,2	8,2	7,9	–	8,3
Umsatzrendite (EBITA) in % Jan.-Juni 2000	12,3	8,8	7,3	9,1	8,0	–	8,7
EBIT Jan.-Juni 2001	109	68	105	75	116	– 10	463
EBIT Jan.-Juni 2000	130	64	96	80	112	– 20	462
Veränderung in %	– 16,2	6,3	9,4	– 6,3	3,6	–	0,2
Umsatzrendite (EBIT) in % Jan.-Juni 2001	7,0	6,5	6,8	7,4	7,7	–	6,9
Umsatzrendite (EBIT) in % Jan.-Juni 2000	9,2	6,5	7,1	8,4	7,8	–	7,5
ROCE in % Jan.-Juni 2001	10,1	14,8	21,7	18,3	12,7	–	13,3
Eingesetztes Kapital Jan.-Juni 2001	3.197	1.245	1.022	904	1.872	139	8.379
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Jan.-Juni 2001	58	24	56	110	64	1	313
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Jan.-Juni 2000	134	100	37	36	77	1	385
Forschungs- u. Entwicklungskosten (FuE) Jan.-Juni 2001	48	18	35	26	38	13	178
FuE in % vom Umsatz	3,1	1,7	2,3	2,6	2,5	–	2,7
Forschungs- u. Entwicklungskosten (FuE) Jan.-Juni 2000	39	17	33	24	32	8	153
FuE in % vom Umsatz	2,8	1,7	2,4	2,5	2,2	–	2,5

flusst. Im übrigen Europa und in Lateinamerika steigerte Schwarzkopf Professional die Umsätze. Die internationale Einführung der Hairstylingserie Osis und der Ausbau der Colorationsserie Igora stärkten das Sortiment.

Der Unternehmensbereich **Wasch-/Reinigungsmittel** verzeichnete im ersten Halbjahr ein organisches Wachstum in Höhe von 4,6 Prozent. Akquisitionen in Mexiko und Algerien wirkten sich mit 7,7 Prozent, Kurseinflüsse mit 0,6 Prozent positiv aus. Die gute Entwicklung des betrieblichen Ergebnisses ist vor allem auf Deutschland, Italien und den Mittleren Osten zurückzuführen. Die schwierige Wirtschaftslage in der Türkei und Anlaufverluste des Joint-Ventures in Algerien wirkten sich negativ aus.

Das Umsatzwachstum wird von den Universalwaschmitteln (23,1 Prozent) getragen. Neben den genannten Akquisitionen trug die im vergangenen Jahr gestartete

Marktoffensive mit Gel-Produkten wesentlich dazu bei. Henkel hat begonnen, die Premium-Marke Persil in Skandinavien, Russland und im Nahen Osten einzuführen.

Der Umsatz mit Spezialwaschmitteln lag 1,7 Prozent unter Vorjahr. Der Rückgang resultiert aus dem Geschäft mit der Marke Svit. Diese Produktkategorie wurde von den Verbrauchern nicht in dem erwarteten Maße angenommen. Demgegenüber erreichte Black Magic, das neue Spezialwaschmittel für schwarze und dunkle Textilien, eine führende Marktposition in Europa. Die Weichspülmarke Silan verdoppelte nahezu die Umsätze in Osteuropa gegenüber dem Vorjahr.

Die Reinigungsmittel steigerten den Umsatz um 3,1 Prozent und bauten ihre europäische Marktführerschaft weiter aus.

Zur Umsatzsteigerung des Unternehmensbereiches **Hygiene/Oberflächentechnik** von 6,0 Prozent trugen die Akquisitionen Atofina und Vagnone & Boeri mit 3,0 Prozent bei. Das organische Wachstum lag bei 1,8 Prozent. Kurseffekte wirkten sich mit 1,2 Prozent positiv aus.

Das betriebliche Ergebnis sank vor allem wegen steigender Rohstoffpreise (Industrielle und Institutionelle Hygiene) und der deutlichen Konjunkturschwäche in Nordamerika (Oberflächentechnik). Dem standen positive Ergebniseffekte aus Preiserhöhungen und strikter Kostenkontrolle in beiden Geschäftsbereichen gegenüber.

Der Umsatz der Industriellen und Institutionellen Hygiene lag um 4,3 Prozent über Vorjahr. Das über den Handel geführte Geschäft entwickelte sich schwach. Die Direktgeschäfte, vor allem Food & Beverage/P3-Hygiene, wuchsen überdurchschnittlich.

Der Umsatz im Geschäft der Oberflächentechnik (Surface Technologies) lag um 8,2 Prozent über dem Vorjahreswert. Die erfolgreiche Integration des Metallbehandlungsgeschäftes von Atofina und des Automobilgeschäftes von Vagnone & Boeri trugen maßgeblich hierzu bei. Der Automobilbereich entwickelte sich weniger zufrieden stellend. Einer insgesamt guten Entwicklung in Europa und China standen Umsatzrückgänge in den USA, in Argentinien und der Region Asien/Pazifik gegenüber.

Trotz konjunkturbedingter Abschwächung der Märkte in Nordamerika, Japan und der Türkei lag der Umsatz des Geschäftsbereiches Oberflächentechnik-Industrie auf Vorjahreshöhe. Neue Kunden führten zu weltweiten Marktanteilsgewinnen.

Der unter dem Namen **Cognis** rechtlich verselbstständigte Unternehmensbereich Chemieprodukte konnte trotz spürbarer konjunktureller Schwächen – speziell in den USA – den Umsatz gegenüber dem Vorjahr erhöhen. Das organische Wachstum betrug 1,6 Prozent. Kurseffekte brachten ein Umsatzplus von 1,8 Prozent, Akquisitionen steuerten 0,6 Prozent zur Umsatzsteigerung bei. Der Anstieg des betrieblichen Ergebnisses ist vor dem Hintergrund des Restrukturierungsprogramms in den USA (15 Mio Euro) und der negativen Auswirkungen der Türkei-Krise besonders erfreulich. Erste Erfolge aus diesem Programm wurden bereits sichtbar.

Die Nachfrage nach Oleogrundstoffen lag weiterhin auf einem guten Niveau. Die erzielten Margen sind zufrieden stellend. Im Geschäftsfeld Care Chemicals wuchs der Umsatz im ersten Halbjahr 2001 deutlich. Besonders positiv entwickelten sich die Skin Care-Aktivitäten. Bei den Specialty Surfactants zog das Geschäft im zweiten Quartal erfreulich an. Die Organischen Spezialitäten konnten den Umsatz ebenfalls steigern. Besonders gut entwickelte sich der Absatz der Agrochemicals und Bergbauchemikalien; zufrieden stellend waren die Umsatzsteigerungen im Farben- und im Lackgeschäft.

Wesentliche Beteiligungen

Ecolab Inc., St. Paul/Minnesota, USA, an der Henkel mit 25,3 Prozent beteiligt ist, erzielte im ersten Halbjahr ein Umsatzwachstum von 7,3 Prozent auf 1.177 Mio US-Dollar. Hierzu haben die Sparten Schädlingsbekämpfung, Service für Großküchen in den USA und das von Ecolab geführte internationale Geschäft beigetragen. Der Halbjahresüberschuss stieg um 1,7 Prozent auf 93 Mio US-Dollar.

The Clorox Company, Oakland/Kalifornien, USA, an der Henkel mit 26,6 Prozent beteiligt ist, erzielte im Geschäftsjahr 2000/2001 einen Umsatz von 3.903 Mio US-Dollar. Das sind 2,2 Prozent weniger als im Vorjahr. Restrukturierungsprogramme zur Optimierung von Geschäftsprozessen und Kostenstrukturen belasteten das betriebliche Ergebnis mit 98 Mio US-Dollar. Der Jahresüberschuss ging um 18 Prozent auf 323 Mio US-Dollar zurück.

Henkel Konzern (Werte in Mio Euro)

Bilanz	31.12.2000	30.6.2001
Immaterielle Vermögensgegenstände/Sachanlagen	5.373	5.544
Finanzanlagen	922	1.013
Anlagevermögen	**6.295**	**6.557**
Vorräte	1.711	1.838
Forderungen aus Lieferungen u. Leistungen	2.302	2.550
Andere Forderungen und Sonstige Aktiva	622	616
Flüssige Mittel/Wertpapiere	155	178
Umlaufvermögen	**4.790**	**5.182**
Latente Steueransprüche	**297**	**318**
Aktiva insgesamt	**11.382**	**12.057**
Eigenkapital ohne Fremdanteile	**3.223**	**3.395**
Ausgleichsposten für Anteile Fremder	277	281
Eigenkapital mit Fremdanteilen	**3.500**	**3.676**
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.984	2.057
Andere Rückstellungen	1.076	1.063
Rückstellungen für latente Steuern	200	215
Rückstellungen	**3.260**	**3.335**
Finanzschulden	2.963	3.214
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.117	1.149
Andere Verbindlichkeiten	542	683
Verbindlichkeiten	**4.622**	**5.046**
Passiva insgesamt	**11.382**	**12.057**

Gewinn- und Verlustrechnung	Januar–Juni 2000	Januar–Juni 2001
Umsatzerlöse	**6.184**	**6.685**
Kosten der umgesetzten Leistungen	3.354	3.650
Bruttoergebnis vom Umsatz	**2.830**	**3.035**
Marketing- und Vertriebskosten	1.740	1.874
Forschungs- und Entwicklungskosten	153	178
Verwaltungskosten	358	388
Sonstige betriebliche Erträge	37	78
Sonstige betriebliche Aufwendungen	38	77
Geschäftswertabschreibungen	79	94
Aufwendungen für Restrukturierungen	37	39
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	**462**	**463**
Beteiligungsergebnis	86	111
Zinsergebnis	– 130	– 154
Finanzergebnis	**– 44**	**– 43**
Ergebnis vor Steuern	**418**	**420**
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	– 173	– 160
Halbjahresüberschuss	**245**	**260**
Ergebnis je Aktie (Euro)	**1,57**	**1,69**

Henkel Konzern (Werte in Mio Euro)

Finanzierungsrechnung

	Januar–Juni 2000	Januar–Juni 2001
Betriebliches Ergebnis/EBIT	**462**	**463**
Ausgaben Ertragsteuern	– 166	– 147
Abschreibungen Anlagevermögen (ohne Finanzanlagen)	304	331
Gewinne aus Anlageabgängen (ohne Finanzanlagen)	– 5	– 33
Cash Flow	**595**	**614**
Veränderung der Vorräte	– 66	– 58
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände	– 258	– 137
Veränderung der Verbindlichkeiten und Rückstellungen	110	86
Mittelfluss aus lfd. Geschäftstätigkeit	**381**	**505**
Mittelfluss aus Investitionstätigkeit [1]	**– 412**	**– 258**
Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit [2]	**17**	**– 231**
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	**– 14**	**16**
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	3	7
Veränderung des Finanzmittelbestandes wegen erstmaliger Einbeziehung von Gesellschaften	15	–
Veränderung Flüssige Mittel/Wertpapiere	**4**	**23**
Wertpapiere/Flüssige Mittel am 01.01.	141	155
Wertpapiere/Flüssige Mittel am 30.06.	145	178
[1] Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände	– 6	– 9
Investitionen in Sachanlagen	– 191	– 219
Investitionen in Finanzanlagen	– 71	– 11
Akquisitionen	– 173	– 99
Erlöse aus Anlageabgängen	29	80
Mittelfluss aus Investitionstätigkeit	**– 412**	**– 258**
[2] Dividenden Henkel KGaA	– 131	– 157
Dividenden Tochterunternehmen (an andere Gesellschafter)	– 11	– 9
Zins- und Dividendeneinnahmen	37	99
Zinsausgaben	– 111	– 146
Veränderung der Finanzschulden	314	10
Rückkauf eigener Aktien	– 40	– 34
Sonstige Finanzierungsvorgänge	– 41	6
Mittelfluss aus der Finanzierungstätigkeit	**17**	**– 231**

Kommentare G+V, Bilanz, Finanzierungsrechnung

Das Finanzergebnis liegt auf dem Niveau des Vorjahres. Das Beteiligungsergebnis erhöhte sich um 25 Mio Euro. Ein Großteil dieser Verbesserung stammt aus dem Verkauf der 50-prozentigen Finanzbeteiligung an dem japanischen Chemieunternehmen San Nopco.
Das Zinsergebnis fiel aufgrund der höheren Finanzschulden um 24 Mio Euro geringer aus. Die inländischen Ertragsteuersätze wurden gesenkt. Dies minderte die Steuerquote auf 38,1 Prozent.
Die Bilanzsumme hat sich zum 30.06.2001 im Vergleich zum 31.12.2000 um 5,9 Prozent erhöht. Davon sind 4,5 Prozent auf Währungseinflüsse zurückzuführen.
Das Anlagevermögen hat sich im Wesentlichen durch die Akquisition Atofina und die at equity Beteiligungen um 4,2 Prozent erhöht.
Der Anstieg der Vorräte und Forderungen liegt im Rahmen der Umsatzsteigerung.
Die Erhöhung der Finanzschulden um 251 Mio Euro ist im Wesentlichen durch Währungskurseffekte (241 Mio Euro) entstanden.
Der Cash Flow liegt um 3,2 Prozent über Vorjahr. Dies liegt im Wesentlichen an den niedrigeren Ausgaben für Ertragsteuern.
Die um 28 Mio Euro höheren Gewinne aus Anlageabgängen betreffen vor allem Immobilienverkäufe.
Aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens ergibt sich ein Mittelabfluss von 109 Mio Euro gegenüber 214 Mio Euro im Vorjahr. Damit zeigen die Programme zur Reduzierung des net working capital erste Wirkungen.

Mitarbeiter

Am 30. Juni 2001 beschäftigte die Henkel-Gruppe knapp 61.000 Mitarbeiter. Der Anteil der Mitarbeiter außerhalb Deutschlands lag bei 74 Prozent.

Ausblick

Angesichts des schwachen wirtschaftlichen Umfeldes und der volatilen Währungssituation in einigen Schwellenländern ist eine Prognose schwierig. Aufgrund des nachlassenden Wirtschaftswachstums in nahezu allen Regionen rechnen wir bei den Klebstoffen und der Hygiene/Oberflächentechnik auch für das zweite Halbjahr mit einer verhaltenen Geschäftslage. Im Markenartikelgeschäft gehen wir von einer vergleichsweise besseren Umsatz- und Ergebnisentwicklung aus.

Für das Gesamtjahr 2001 sind wir zuversichtlich, eine gute Umsatzsteigerung zu erzielen. Das betriebliche Ergebnis, der Jahresüberschuss und das Ergebnis je Aktie werden voraussichtlich das Niveau des Vorjahres erreichen oder leicht übertreffen.

Mitarbeiter

(Stichtag)	31.12.2000	30.06.2001	Veränderung in %
Deutschland	15.878	15.888	0,1
Ausland	45.025	45.041	0,0
Gesamt	**60.903**	**60.929**	**0,0**

Weitere Informationen zu diesem Aktionärsbrief:

Corporate Communications
Telefon: 02 11/7 97-35 33
Fax: 02 11/7 98-24 84
E-Mail: ernst.primosch@henkel.com

Investor Relations
Telefon: 02 11/7 97-39 37
Fax: 02 11/7 98-28 63
E-Mail:
magdalena.moll@henkel.de
waltraud.mueller@henkel.de

Postanschrift:
Henkel KGaA
D - 40191 Düsseldorf

Henkel im Internet:
http://www.henkel.com

Mat.-Nr.: 4685121

Weitere Termine:

Veröffentlichung des Quartalsberichts Januar bis September 2001 und Herbstpresse- und Analystenkonferenz
Montag, 12. November 2001

Bilanzpressekonferenz und Analystentreffen
Dienstag, 5. März 2002

Hauptversammlung der Henkel KGaA
Montag, 6. Mai 2002

Hauptversammlung der Henkel KGaA
Montag, 14. April 2003