Informationen an unsere Aktionäre

3.Q

Juli – September 2002



„Pillar Filler“ (kleines Foto) sind Weichschäume, die Wind- und Fahrgeräusche dämpfen und gegen Feuchtigkeit und Schmutz schützen. Im neuen Henkel-Labor für Fahrzeugakustik im französischen Cosne sur Loire messen unter anderem hochsensible Kunstkopfmikrofone die akustische Leistung unserer Produkte.

Henkel

A Brand like a friend

Henkel weiterhin auf Erfolgskurs

- Umsatz der Henkel-Gruppe leicht gestiegen
- Gewinnwachstum in allen Unternehmensbereichen
- Gewinnerwartung für das Gesamtjahr bestätigt

Umsatz und Ergebnis

Trotz der weltweit angespannten Wirtschaftslage steigerte die Henkel-Gruppe im dritten Quartal 2002 den Umsatz um 0,7 Prozent auf 2,4 Mrd Euro. Bereinigt um Währungseinflüsse und Akquisitionen/Divestments stieg der Umsatz um 5,4 Prozent. Dabei vergleichen wir auf der Basis der fortgeführten Geschäfte – das heißt ohne Cognis und Henkel-Ecolab – mit dem Vorjahresquartal.

Ein deutliches Plus gelang im betrieblichen Ergebnis (EBIT), das mit 160 Mio Euro um 14,7 Prozent über dem Vorjahresquartal lag. Diese positive Entwicklung ist vor allem auf den Unternehmensbereich Henkel Technologies zurückzuführen. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (Return on Capital Employed = ROCE) betrug 16,2 Prozent und übertraf den Vorjahreswert deutlich um 4,2 Prozentpunkte. Zu dieser Renditesteigerung trugen erfreulicherweise alle unsere Geschäfte bei.

Aufgrund eines verbesserten Finanzergebnisses sowie ausgeglichener Fremdanteile stieg das Ergebnis je Aktie im 3. Quartal 2002 gegenüber dem Vorjahresquartal (einschließlich Cognis und Henkel-Ecolab) um 9 Cents auf 0,73 Euro.

In den ersten neun Monaten 2002 lag der Umsatz insgesamt mit 7,3 Mrd Euro um 2,4 Prozent höher als im Vorjahreszeitraum. Der Umsatz aus dem bestehenden Geschäft stieg um 4,9 Prozent. Verstärkte Werbeaktivitäten wirkten positiv auf unsere wichtigsten Marken. Das betriebliche Ergebnis stieg um 9,6 Prozent auf 490 Mio Euro. Dazu haben alle Unternehmensbereiche beigetragen.

Der Dreivierteljahresüberschuss lag bei 314 Mio Euro. Die fehlenden betrieblichen Ergebnisse der divestierten Geschäfte Cognis und Henkel-Ecolab konnten durch ein erheblich verbessertes Finanzergebnis noch nicht vollständig ausgeglichen werden. Der Dreivierteljahresüberschuss 2001 enthielt zudem einen Einmalertrag in Höhe von 24 Mio Euro aus der Veräußerung unserer Beteiligung an dem japanischen Unternehmen San Nopco. Ohne diesen Effekt und ohne die Clorox-Sonderabschreibungen in den ersten neun Monaten dieses Jahres in Höhe von 18 Mio Euro lag der Rückgang gegenüber dem Vorjahr bei 2,6 Prozent und damit im Rahmen unserer Erwartungen. Nach Fremdanteilen blieb der Dreivierteljahresüberschuss mit 314 Mio Euro um 6,5 Prozent unter dem Vorjahreswert, ohne Sondereffekte wäre er um 6,4 Prozent gestiegen.

Henkel-Gruppe

Umsatz[1]		
Mio Euro	3. Q	1 – 9
2002	**2.374**	**7.272**
2001	**2.357**	**7.099**
Veränderung zum Vorjahr	0,7 %	2,4 %

[1] Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzveränderung	0,7 %	2,4 %
	3. Q	1 – 9
aus		
Bestehendem Geschäft	5,4 %	4,9 %
Akquisitionen/Divestments	– 0,8 %	– 0,9 %
Währungskurseinfluss	– 3,9 %	– 1,6 %

EBIT[1]		
Mio Euro	3. Q	1 – 9
2002	**160**	**490**
2001	**140**	**448**
Veränderung zum Vorjahr	14,7 %	9,6 %

[1] Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzrendite EBIT		
	3. Q	1 – 9
2002	**6,8 %**	**6,7 %**
2001	**5,9 %**	**6,3 %**
Veränderung zum Vorjahr	0,9 pp	0,4 pp

pp = Prozentpunkte

Ergebnis je Aktie		
Euro	3. Q	1 – 9
2002	**0,73**	**2,18**
2001[1]	**0,64**	**2,33**
Veränderung zum Vorjahr	14,1 %	– 6,4 %

[1] einschließlich der divestierten Geschäfte Cognis und Henkel-Ecolab

Das Ergebnis je Aktie sank von 2,33 Euro in den ersten drei Quartalen 2001 auf 2,18 Euro in den ersten drei Quartalen 2002. Ohne den im Vorjahr enthaltenen Veräußerungsertrag von San Nopco und den Clorox-Effekt aus den Sonderabschreibungen in den ersten neun Monaten dieses Jahres lag das Ergebnis je Aktie um 14 Cent über Vorjahr.

Regionale Entwicklung

In der Region **Europa** (einschließlich Afrika und Naher Osten) stieg der Umsatz im dritten Quartal um 0,8 Prozent gegenüber Vorjahr. Als Wachstumsbremsen erwiesen sich weiterhin das zurückhaltende Konsumklima und die rückläufige Baukonjunktur in Deutschland. Dies führte zu einem Rückgang des betrieblichen Ergebnisses gegenüber Vorjahr.

Der Umsatz in **Nordamerika** sank durch die anhaltend schwache Nachfrage in der Elektronikindustrie gegenüber Vorjahr um 7,8 Prozent. Währungsbereinigt wäre er um 3,6 Prozent gestiegen. Das betriebliche Ergebnis wuchs im Vergleich zum Vorjahr erheblich. Hierzu trugen unsere Automobilaktivitäten, das Geschäft mit den Klebebändern sowie die Ergebnisse aus dem Sonderrestrukturierungsprogramm bei.

Eckdaten Henkel-Gruppe nach Regionen[1] 3. Quartal 2002						
Mio Euro	Europa/ Afrika/ Naher Osten	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Corporate	**Konzern**
Umsatz Juli-Sept. 2002	**1.701**	**322**	**89**	**178**	**84**	**2.374**
Umsatz Juli-Sept. 2001	1.686	349	107	184	31	2.357
Veränderung in %	0,8	– 7,8	– 17,4	– 3,2	–	0,7
EBIT Juli-Sept. 2002	**166**	**21**	**– 7**	**1**	**– 21**	**160**
EBIT Juli-Sept. 2001	172	2	– 8	– 9	– 17	140
Veränderung in %	– 3,3	> 100	12,5	> 100	–	14,7
Umsatzrendite EBIT Juli-Sept. 2002 in %	**9,8**	**6,6**	**– 8,2**	**0,6**	**–**	**6,8**
Umsatzrendite EBIT Juli-Sept. 2001 in %	10,2	0,5	– 7,5	– 4,7	–	5,9

[1] Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Eckdaten Henkel-Gruppe nach Regionen[1] Januar - September 2002						
Mio Euro	Europa/ Afrika/ Naher Osten	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Corporate	**Konzern**
Umsatz Jan.-Sept. 2002	**5.160**	**1.016**	**307**	**538**	**251**	**7.272**
Umsatz Jan.-Sept. 2001	5.056	1.052	348	553	90	7.099
Veränderung in %	2,1	– 1,2	– 9,3	– 2,5	–	2,4
EBIT Jan.-Sept. 2002	**530**	**52**	**– 7**	**– 9**	**– 76**	**490**
EBIT Jan.-Sept. 2001	527	23	– 12	– 27	– 63	448
Veränderung in %	0,8	> 100	41,7	> 100	–	9,6
Umsatzrendite EBIT Jan.-Sept. 2002 in %	**10,3**	**5,1**	**– 2,3**	**– 1,7**	**–**	**6,7**
Umsatzrendite EBIT Jan.-Sept. 2001 in %	10,4	2,2	– 3,4	– 4,9	–	6,3

[1] Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Die weiterhin schwierige Situation in **Lateinamerika** war geprägt durch Währungsabwertungen in Brasilien und Venezuela sowie die schwache Wirtschaftslage in Argentinien. Der Umsatz ging um 17,4 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal zurück. Währungsbereinigt ging er um 4,7 Prozent zurück. Das betriebliche Ergebnis hielt trotzdem das Niveau des Vorjahresquartals aufgrund besserer Ergebnisse des Waschmittelgeschäfts.

In **Asien/Pazifik** lag der Umsatz vorwiegend wegen der schwachen Absatzsituation bei Waschmitteln in China um 3,2 Prozent unter dem Vorjahresquartal. Das betriebliche Ergebnis zeigte einen deutlichen Zuwachs und schloss im dritten Quartal erstmals positiv. Dies war zum einen auf die gute Entwicklung bei Henkel Technologies, zum anderen auf die Restrukturierungsmaßnahmen im Unternehmensbereich Kosmetik in China zurückzuführen.

Wichtige Ereignisse

Durch die Übernahme des Geschäfts für Hohlraumabschottungen mit expandierenden Weichschäumen der MöllerGroup, Bielefeld, wird Henkel diesen Bereich in der Strategischen Geschäftseinheit Surface Technologies ausbauen *(siehe auch unser Titelbild).*

Der Klebebandbereich konnte durch den Erwerb des Sellotape-Geschäftes der Verdoso Holdings Ltd, Großbritannien, um transparente Klebebänder für Endverbraucher ergänzt werden. Sellotape-Markenprodukte haben besonders in Großbritannien und Neuseeland sehr starke Marktpositionen.

Mit dem Erwerb von Cemedine U.S.A. Inc., einer hundertprozentigen Tochtergesellschaft der Cemedine Co. Ltd, Tokio, Japan, rundete Henkel das Portfolio bei Kleb- und Dichtstoffen speziell in Richtung der im nordamerikanischen Wirtschaftsraum produzierenden japanischen Automobilhersteller ab und wird seine Position in diesem Markt wesentlich verstärken.

Seit September ist Henkel zum vierten Mal in Folge im Dow Jones Sustainability Index (DJSI), einem Nachhaltigkeitsindex, vertreten. In diesem Index ist Henkel in der Konsumgüter-Branche Europas führend und weltweit die Nummer 2.

Mitarbeiter

Am 30. September 2002 beschäftigte die Henkel-Gruppe 46.219 Mitarbeiter. Der Anteil der Mitarbeiter außerhalb Deutschlands betrug 75 Prozent.

Wesentliche Beteiligungen

Ecolab Inc., St. Paul/Minnesota, USA, an der Henkel mit 28,1 Prozent beteiligt ist, erzielte im dritten Quartal 2002 einen Umsatz von 895 Mio US-Dollar. Dies entspricht einem Anstieg von 47 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das deutliche Umsatzwachstum resultierte vorwiegend aus der Übernahme des Joint Ventures Henkel-Ecolab. Auf vergleichbarer Basis wuchs der Umsatz um 8 Prozent. Das betriebliche Ergebnis konnte dank einer guten Geschäftsentwicklung in allen Regionen und weiteren Kosteneinsparungen um 39 Prozent auf 131 Mio US-Dollar gesteigert werden. Der Quartalsüberschuss lag mit 72 Mio US-Dollar um 26 Prozent über dem Vorjahr.

The Clorox Company, Oakland/Kalifornien, USA, an der Henkel mit 28,5 Prozent beteiligt ist, erzielte in ihrem ersten Quartal des Geschäftsjahres 2002/2003 einen Umsatz von 1 Mrd US-Dollar. Dies entsprach einem Anstieg von 6 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Während sich Wachstum und Ergebnis in Nordamerika positiv entwickelten, wurde das Lateinamerika-Geschäft von den weiterhin ungünstigen Rahmenbedingungen in der Region beeinträchtigt.

Das Ergebnis vor Steuern und Sondereinflüssen stieg um 56 Prozent auf 244 Mio US-Dollar.

Der Quartalsüberschuss lag mit 145 Mio US-Dollar um 84 Prozent über dem Vorjahr. Hierin enthalten war ein Verlust aus dem geplanten Verkauf des Brasilien-Geschäftes in Höhe von 13 Mio US-Dollar.

Im abgelaufenen Quartal kaufte Clorox 3,4 Millionen eigener Aktien zu einem Preis von 145 Mio US-Dollar zurück. Damit stieg die Zahl der zurückgekauften Aktien auf 13,4 Millionen.

Ausblick

Die Henkel-Gruppe erwartet für das Gesamtjahr 2002 einen Umsatz von rund 9,7 Mrd Euro und eine zweistellige Steigerung des betrieblichen Ergebnisses. Damit liegen wir beim Umsatz etwas unter früheren Prognosen. Beim betrieblichen Ergebnis jedoch bestätigen wir unsere Erwartungen. Das Sonderrestrukturierungsprogramm „Strong for the Future“ wird auch im vierten Quartal planmäßig umgesetzt und führt in allen Unternehmensbereichen zu den erwarteten Einsparungen.

Wasch-/Reinigungsmittel

Umsatz[1]		
Mio Euro	3. Q	1–9
2002	**769**	**2.344**
2001	**791**	**2.328**
Veränderung zum Vorjahr	– 2,9 %	0,7 %

[1] Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzveränderung	– 2,9 %	0,7 %
	3. Q	1–9
aus		
Bestehendem Geschäft	1,5 %	2,5 %
Akquisitionen/Divestments	– 1,8 %	– 0,4 %
Währungskurseinfluss	– 2,6 %	– 1,4 %

EBIT[1]		
Mio Euro	3. Q	1–9
2002	**71**	**206**
2001	**68**	**187**
Veränderung zum Vorjahr	3,8 %	10,7 %

[1] Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzrendite EBIT		
	3. Q	1–9
2002	**9,2 %**	**8,8 %**
2001	**8,6 %**	**8,0 %**
Veränderung zum Vorjahr	0,6 pp	0,8 pp

pp = Prozentpunkte

Der Unternehmensbereich **Wasch-/Reinigungsmittel** verzeichnete im dritten Quartal einen Umsatzrückgang gegenüber dem Vorjahresquartal. Allerdings waren im dritten Quartal des Vorjahres erstmals die Umsätze der Akquisition Pemos in Russland für neun Monate enthalten. Bereinigt um Währungseinflüsse und Akquisitionen/Divestments lag der diesjährige Quartalsumsatz um 1,5 Prozent über dem Vorjahreswert. Das betriebliche Ergebnis stieg im dritten Quartal um 3,8 Prozent. Das Sonderrestrukturierungsprogramm und eine wachsende Profitabilität in Algerien und Ägypten verbesserten die EBIT-Rendite auf 9,2 Prozent.

In Europa war das Umfeld für Markenartikler schwierig. Dennoch konnten wir die Umsätze in für uns wichtigen Ländern auch aufgrund erhöhter Werbeaktivitäten konstant halten. In Italien und Osteuropa stiegen die Umsätze sogar deutlich an. Außerhalb Europas waren sie erstmals rückläufig, bedingt durch Währungskurseinflüsse und die schwierige Absatzsituation in China und Israel.

Im Geschäftsfeld Universalwaschmittel lag der Umsatz im dritten Quartal aufgrund des Basiseffektes aus der Akquisition Pemos und negativer Währungskurseinflüsse in den außereuropäischen Ländern unter dem Vorjahreswert. Der Verkaufsstart von Waschmitteln mit verbesserter Waschleistung bei niedrigen Temperaturen („Multiaktivkraft“) festigte unsere europäischen Marktpositionen in den Premiumsegmenten. Bei den „Value-Marken“ stieg der Wettbewerbsdruck.

Bei den Spezialwaschmitteln lag der Umsatz im dritten Quartal leicht über dem Wert des Vorjahresquartals. Der europaweite Relaunch der Weichspüler mit neuer Flasche und aktualisierten Duftnoten war sehr erfolgreich. Ende September kam Fresh Magic in den französischen Markt. Dies ist das weltweit erste Waschmittel, das die Geruchsbildung beim Tragen synthetischer Kleidungsstücke verhindert.

Auch das Geschäftsfeld Reinigungsmittel übertraf das Vorjahresquartal. Wichtigster Wachstumstreiber war die Kategorie WC-Hygiene.

Ausblick

In den kommenden Monaten werden wir auch unsere „Value-Marken“ mit den verbesserten Kaltwaschformeln in den Markt bringen. Zusätzliche Umsatzdynamik erwarten wir von der Einführung neuer Produkte.

Für das Gesamtjahr 2002 prognostizieren wir ein Umsatzwachstum von etwa 2 Prozent und einen Anstieg des betrieblichen Ergebnisses im hohen einstelligen Prozentbereich.

Kosmetik/Körperpflege

Umsatz[1]		
Mio Euro	3. Q	1–9
2002	**511**	**1.585**
2001	**505**	**1.555**
Veränderung zum Vorjahr	1,3 %	1,9 %

[1] Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzveränderung	1,3 %	1,9 %
	3. Q	1–9
aus		
Bestehendem Geschäft	4,1 %	3,8 %
Akquisitionen/Divestments	– 0,4 %	– 0,7 %
Währungskurseinfluss	– 2,4 %	– 1,2 %

EBIT[1]		
Mio Euro	3. Q	1–9
2002	**40**	**133**
2001	**38**	**114**
Veränderung zum Vorjahr	4,5 %	16,7 %

[1] Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzrendite EBIT		
	3. Q	1–9
2002	**7,8 %**	**8,4 %**
2001	**7,5 %**	**7,3 %**
Veränderung zum Vorjahr	0,3 pp	1,1 pp

pp = Prozentpunkte

Der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** verzeichnete im dritten Quartal einen leichten Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahresquartal. Bereinigt stieg der Umsatz um 4,1 Prozent. In mehreren europäischen Ländern, so auch in Deutschland, entwickelten sich die Märkte rückläufig. Eine gute Umsatzentwicklung erzielte das Kosmetikgeschäft in Russland, Frankreich, Spanien und Italien. Wechselkursbedingt blieb das Umsatzniveau in Nord- und Südamerika unter dem Vorjahr. In der Region Asien/Pazifik stiegen unsere Umsätze – trotz der wirtschaftlichen Schwäche in Indien und Japan. Das betriebliche Ergebnis nahm um 4,5 Prozent zu. Russland, Spanien und Frankreich machten sich in der guten EBIT-Entwicklung positiv bemerkbar.

Die Haarkosmetik erzielte einen Umsatz auf dem Niveau des Vorjahresquartals. Die Colorationen festigten insgesamt ihre guten Marktpositionen. Unterstützt durch die Einführung der Linie „Fashion Collection“ steigerte Brillance den Umsatz und baute die Marktführerschaft im deutschen Colorationsmarkt aus. Im Stylingsegment erweiterten wir das Taft-Sortiment und im Haarpflegemarkt trieben wir den Schauma-Relaunch voran.

Die Körperpflege erfüllte die Erwartungen im dritten Quartal nicht. Insbesondere die Duschgele litten unter der schwierigen Marktsituation. Die Ursache hierfür war die Kaufzurückhaltung im deutschen Markt.

Der Umsatz der Hautpflege wuchs im dritten Quartal deutlich. Diadermine entwickelte sich gut und das Sortiment wurde um die Varianten Lift+ „Perfect Effects“ und Aqua Force „First Wrinkles“ ergänzt.

Der Umsatz der Mundhygiene lag über dem Vorjahresniveau. Die Einführung von Theramed Perfect in Deutschland und Österreich belebte das Geschäft ebenso wie der Relaunch von Licor del Polo in Spanien.

Das Friseurgeschäft verzeichnete ein Umsatzplus. Besonders gut entwickelte sich im Haarpflegebereich die Marke Bonacure. Im Colorationsgeschäft wurde die Marke Igora Royal „Trend Collection“ in zahlreichen europäischen Ländern eingeführt. Unter dem Motto „Inspired by Stylists“ kam eine weitere Styling-Range der Marke Osis auf den Markt.

Ausblick

In den kommenden Monaten werden wir unsere Marktpositionen mit neuen Produkten weiter stärken.

Wir gehen für das Gesamtjahr 2002 von einem Umsatzplus von rund 3 Prozent und einem Anstieg des betrieblichen Ergebnisses im zweistelligen Prozentbereich aus.

Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker

Umsatz[1]		
Mio Euro	3. Q	1–9
2002	**341**	**998**
2001	**339**	**969**
Veränderung zum Vorjahr	0,5 %	3,1 %

[1] Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzveränderung	0,5 %	3,1 %
	3. Q	1–9
aus		
Bestehendem Geschäft	4,6 %	4,3 %
Akquisitionen/Divestments	0,2 %	0,5 %
Währungskurseinfluss	– 4,3 %	– 1,7 %

EBIT[1]		
Mio Euro	3. Q	1–9
2002	**33**	**92**
2001	**33**	**91**
Veränderung zum Vorjahr	1,3 %	1,1 %

[1] Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzrendite EBIT		
	3. Q	1–9
2002	**9,9 %**	**9,2 %**
2001	**9,8 %**	**9,4 %**
Veränderung zum Vorjahr	0,1 pp	– 0,2 pp

pp = Prozentpunkte

Im Unternehmensbereich **Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker** lag der Umsatz im dritten Quartal nur leicht über dem Wert des Vorjahresquartals. Die Gründe hierfür waren das weiterhin enttäuschende Marktumfeld in Deutschland sowie erhebliche Währungsabwertungen in Nord- und Südamerika. Der bereinigte Umsatz stieg jedoch um 4,6 Prozent. Besonders positiv entwickelten sich unsere Umsätze in Großbritannien. Mehrere Produktneueinführungen mit offensiver Werbe- und Handelsunterstützung wirkten sich positiv aus. Das betriebliche Ergebnis übertraf leicht den Wert des Vorjahresquartals.

Die rückläufige Baukonjunktur in Deutschland bremste weiterhin die Entwicklung der Klebstoffe für Konsumenten. Hinzu kamen Insolvenzen von Kunden. Der Do-it-yourself-Sektor litt unter der verhaltenen Kaufbereitschaft in den Bau- und Verbrauchermärkten. Die wichtige Produktgruppe Tapetenkleister hatte weiterhin mit verlängerten Renovierungszyklen und der zunehmenden Verwendung von Farben und Putzen anstelle von Tapeten zu kämpfen. Henkel kooperiert mit der Tapetenindustrie, um das Interesse an Tapeten wieder zu steigern. Erstes Ergebnis: eine neue Tapetengeneration aus Vliesstoff. Sie lässt sich leicht ablösen und vereinfacht das Renovieren erheblich.

Der Bereich Klebebänder zeigte weiterhin ein deutliches Wachstum, insbesondere in Nordamerika. Mit der Akquisition von Sellotape wurden wir Marktführer bei Klebebändern in Großbritannien und Neuseeland.

Das Geschäft mit bauchemischen Produkten steigerte den Umsatz zweistellig. Gründe hierfür waren unter anderem die im Herbst vergangenen Jahres akquirierte Kertscher Bauchemie und die mit der Solvay S.A. geschlossene Vertriebskooperation im Bereich Dachbahnen. Der konzentrierte Fliesenkleber CM 18 baute im dritten Quartal seine internationale Marktposition weiter aus und wird im vierten Quartal auch in der Türkei, den baltischen Staaten und Ungarn eingeführt. Das Joint Venture Henkel Bautechnik Russland startete erfolgreich und soll an die Erfolge der Bautechnik in der Ukraine anknüpfen.

Ausblick

Die schwierige weltwirtschaftliche Lage und die unsichere Wechselkursentwicklung werden das Ergebnis auch im vierten Quartal belasten. Diesen Effekten werden wir mit der Einführung innovativer Produkte, einer Reduzierung der Herstellkosten sowie Einsparungen aus dem Sonderrestrukturierungsprogramm begegnen.

Für das gesamte Jahr 2002 rechnen wir mit einem Umsatzzuwachs von 3 bis 4 Prozent sowie einem Anstieg des betrieblichen Ergebnisses im einstelligen Bereich.

Henkel Technologies

Umsatz[1]		
Mio Euro	3. Q	1 – 9
2002	**669**	**2.094**
2001	**691**	**2.157**
Veränderung zum Vorjahr	– 3,2 %	– 2,9 %

[1] Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzveränderung	– 3,2 %	– 2,9 %
	3. Q	1 – 9
aus		
Bestehendem Geschäft	3,4 %	1,0 %
Akquisitionen/Divestments	– 0,6 %	– 1,9 %
Währungskurseinfluss	– 6,0 %	– 2,0 %

EBIT[1]		
Mio Euro	3. Q	1 – 9
2002	**37**	**135**
2001	**18**	**119**
Veränderung zum Vorjahr	> 100 %	13,0 %

[1] Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzrendite EBIT		
	3. Q	1 – 9
2002	**5,5 %**	**6,4 %**
2001	**2,6 %**	**5,5 %**
Veränderung zum Vorjahr	2,9 pp	0,9 pp

pp = Prozentpunkte

Der Unternehmensbereich **Henkel Technologies** registrierte im dritten Quartal einen Umsatzrückgang im Vergleich zum Vorjahresquartal. Das hatte mehrere Ursachen: ein anhaltend schwaches wirtschaftliches Umfeld in Europa und Nordamerika, wechselkursbedingte Entwicklungen in Südamerika und der im Vergleich zum Vorjahr niedrigere US-Dollar. Bereinigt lag der Umsatz jedoch um 3,4 Prozent über dem Vorjahreswert. Die Entwicklung in der Elektronikindustrie blieb weiterhin schwierig und auch in der Automobilindustrie war kein deutliches Zeichen für einen Aufschwung zu erkennen.

Überaus positiv entwickelte sich hingegen das betriebliche Ergebnis, das sich im dritten Quartal gegenüber dem Vorjahr verdoppelte. In allen Produktgruppen gelang es, die Ertragskraft zu steigern. Gestützt wurde die positive Ergebnisentwicklung durch günstige Rohstoffpreise und die erfolgreiche Umsetzung des Sonderrestrukturierungsprogramms.

Die Industrie- und Verpackungsklebstoffe erreichten mit einem guten Europageschäft im Umsatz annähernd das Niveau des Vorjahresquartals. Zuwächse erzielten Produkte für die Folienkaschierung und Holzklebstoffe. Schwächer entwickelten sich die Geschäfte in den Sektoren Montage und Verpackung.

Das Geschäft mit Konstruktionsklebstoffen verzeichnete im dritten Quartal einen Umsatzrückgang gegenüber Vorjahr. Hier litten vor allem die Regionen Europa und Nordamerika unter der immer noch verhaltenen Automobilkonjunktur und der schwachen Elektronikindustrie. Erfreulich positionierte sich dagegen das Geschäft in Asien.

Das Oberflächentechnikgeschäft beendete das dritte Quartal mit einem Umsatz knapp unter dem Niveau des Vorjahres. Die Automobilaktivitäten in Nordamerika und China machten gute Fortschritte. Ebenfalls positiv entwickelten sich die Geschäfte in Osteuropa und Asien, mit Ausnahme von Japan. Das ungünstige wirtschaftliche Umfeld in Europa, die schwache Nachfrage nach langlebigen Wirtschaftsgütern in Nordamerika sowie die schwache Konjunktur in Südamerika waren jedoch für die Umsatzabschwächung verantwortlich.

Mit dem Erwerb des Geschäfts für Hohlraumabschottungen und mit der Akquisition Cemedine in den USA (Kleb- und Dichtstoffe) ergänzte Henkel sein Portfolio.

Ausblick

Die zu Beginn des Jahres erhoffte konjunkturelle Belebung für die zweite Jahreshälfte ist nicht eingetreten. Daher erwarten wir auch für das vierte Quartal keine nachhaltig positiven Impulse.

Für das Gesamtjahr rechnen wir mit einem leichten Umsatzrückgang und bestätigen das erwartete zweistellige Wachstum beim betrieblichen Ergebnis.

Segment-Berichterstattung nach Unternehmensbereichen[1] 3. Quartal 2002 (fortgeführte Geschäfte)						
Mio Euro	Wasch-/ Reinigungs-mittel	Kosmetik/ Körper-pflege	Kleb-stoffe	Henkel Tech-nologies	Corpo-rate	**Konzern**
Umsatz Juli-September 2002	769	511	341	669	84	2.374
Veränderung gegenüber Vorjahr	– 2,9 %	1,3 %	0,5 %	– 3,2 %	–	0,7 %
Anteil am Konzernumsatz	32 %	22 %	14 %	28 %	4 %	100 %
Umsatz Juli-September 2001	791	505	339	691	31	2.357
EBITDA Juli-September 2002	99	58	49	77	– 13	270
EBITDA Juli-September 2001	97	63	50	64	– 9	265
Veränderung gegenüber Vorjahr	2,1 %	– 7,9 %	– 2,0 %	20,3 %	–	1,9 %
Umsatzrendite (EBITDA) Juli-September 2002	12,9 %	11,4 %	14,4 %	11,5 %	–	11,4 %
Umsatzrendite (EBITDA) Juli-September 2001	12,3 %	12,5 %	14,8 %	9,3 %	–	11,2 %
Abschreibungen auf Patente/Lizenzen/Sachanlagevermögen (o. Finanzanlagen) Juli-September 2002[2]	26	10	11	21	8	76
Abschreibungen auf Patente/Lizenzen/Sachanlagevermögen (o. Finanzanlagen) Juli-September 2001[3]	26	11	11	23	8	79
EBITA Juli-September 2002	73	48	38	56	– 21	194
EBITA Juli-September 2001	71	52	39	41	– 17	186
Veränderung gegenüber Vorjahr	2,1 %	– 7,1 %	– 4,1 %	37,6 %	–	4,6 %
Umsatzrendite (EBITA) Juli-September 2002	9,5 %	9,5 %	11,0 %	8,4 %	–	8,2 %
Umsatzrendite (EBITA) Juli-September 2001	9,0 %	10,3 %	11,5 %	5,9 %	–	7,9 %
Geschäftswertabschreibungen Juli-September 2002	2	8	5	19	–	34
Geschäftswertabschreibungen Juli-September 2001	3	14	6	23	–	46
EBIT Juli-September 2002	71	40	33	37	– 21	160
EBIT Juli-September 2001	68	38	33	18	– 17	140
Veränderung gegenüber Vorjahr	3,8 %	4,5 %	1,3 %	> 100 %	–	14,7 %
Umsatzrendite (EBIT) Juli-September 2002	9,2 %	7,8 %	9,9 %	5,5 %	–	6,8 %
Umsatzrendite (EBIT) Juli-September 2001	8,6 %	7,5 %	9,8 %	2,6 %	–	5,9 %
ROCE Juli-September 2002	36,6 %	19,7 %	20,9 %	9,4 %	–	16,2 %
ROCE Juli-September 2001	24,9 %	17,6 %	18,1 %	5,9 %	–	12,0 %
Eingesetztes Kapital Juli-September 2002[4]	797	980	717	2.354	– 39	4.809
Eingesetztes Kapital Juli-September 2001[4]	1.159	1.219	865	2.914	253	6.410
Veränderung gegenüber Vorjahr	– 31,3 %	– 19,6 %	– 17,1 %	– 19,2 %	–	– 25,0 %
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Juli-September 2002	26	17	11	17	14	85
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Juli-September 2001	50	12	12	34	4	112
Operatives Bruttovermögen Juli-September 2002	1.545	1.304	901	2.656	212	6.618
Operative Verbindlichkeiten Juli-September 2002	753	532	277	597	251	2.410
Operatives Vermögen Juli-September 2002[5]	792	772	624	2.059	– 39	4.208
Operatives Bruttovermögen Juli-September 2001	1.842	1.460	1.006	3.124	326	7.758
Operative Verbindlichkeiten Juli-September 2001	723	497	260	588	73	2.141
Operatives Vermögen Juli-September 2001[5]	1.119	963	746	2.536	253	5.617
Forschungs- u. Entwicklungskosten (FuE) Juli-September 2002	16	8	4	29	12	69
FuE in % vom Umsatz	2,1 %	1,6 %	1,2 %	4,3 %	–	2,9 %
Forschungs- u. Entwicklungskosten (FuE) Juli-September 2001	16	9	4	29	11	69
FuE in % vom Umsatz	1,9 %	1,8 %	1,1 %	4,2 %	–	2,9 %

[1] Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro
[2] berichtigt um die im Vorjahr nur im Konzernabschluss berücksichtigten Aufwendungen
[3] nach Umgliederung von Zentralkosten
[4] mit Goodwill zu Anschaffungskosten
[5] mit Goodwill zu Restbuchwerten

Segment-Berichterstattung nach Unternehmensbereichen[1] Januar - September 2002 (fortgeführte Geschäfte)						
Mio Euro	Wasch-/ Reinigungs-mittel	Kosmetik/ Körper-pflege	Kleb-stoffe	Henkel Tech-nologies	Corpo-rate	**Konzern**
Umsatz Januar-September 2002	2.344	1.585	998	2.094	251	7.272
Veränderung gegenüber Vorjahr	0,7 %	1,9 %	3,1 %	– 2,9 %	–	2,4 %
Anteil am Konzernumsatz	32 %	22 %	14 %	29 %	3 %	100 %
Umsatz Januar-September 2001	2.328	1.555	969	2.157	90	7.099
EBITDA Januar-September 2002	286	190	133	272	– 52	829
EBITDA Januar-September 2001	265	185	142	265	– 38	819
Veränderung gegenüber Vorjahr	8,1 %	3,0 %	– 6,7 %	2,6 %	–	1,3 %
Umsatzrendite (EBITDA) Januar-September 2002	12,2 %	12,2 %	13,3 %	13,0 %	–	11,2 %
Umsatzrendite (EBITDA) Januar-September 2001	11,4 %	11,9 %	14,7 %	12,3 %	–	11,5 %
Abschreibungen auf Patente/Lizenzen/Sachanlagevermögen (o. Finanzanlagen) Januar-September 2002	74	31	28	80	24	237
Abschreibungen auf Patente/Lizenzen/Sachanlagevermögen (o. Finanzanlagen) Januar-September 2001[2]	70	33	33	76	25	237
EBITA Januar-September 2002	212	159	105	192	– 76	592
EBITA Januar-September 2001	195	152	109	189	– 63	582
Veränderung gegenüber Vorjahr	9,2 %	4,6 %	– 4,4 %	1,6 %	–	1,8 %
Umsatzrendite (EBITA) Januar-September 2002	9,1 %	10,1 %	10,5 %	9,2 %	–	8,2 %
Umsatzrendite (EBITA) Januar-September 2001	8,3 %	9,8 %	11,3 %	8,8 %	–	8,2 %
Geschäftswertabschreibungen Januar-September 2002	6	26	13	57	–	102
Geschäftswertabschreibungen Januar-September 2001	8	38	18	70	–	134
EBIT Januar-September 2002	206	133	92	135	– 76	490
EBIT Januar-September 2001	187	114	91	119	– 63	448
Veränderung gegenüber Vorjahr	10,7 %	16,7 %	1,1 %	13,0 %	–	9,6 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar-September 2002	8,8 %	8,4 %	9,2 %	6,4 %	–	6,7 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar-September 2001	8,0 %	7,3 %	9,4 %	5,5 %	–	6,3 %
ROCE Januar-September 2002	31,9 %	21,2 %	18,9 %	10,4 %	–	15,3 %
ROCE Januar-September 2001	24,3 %	16,4 %	16,8 %	8,7 %	–	12,3 %
Eingesetztes Kapital Januar-September 2002[3]	887	1.004	739	2.451	76	5.157
Eingesetztes Kapital Januar-September 2001[3]	1.068	1.236	869	2.884	268	6.325
Veränderung gegenüber Vorjahr	– 16,9 %	– 18,8 %	– 15,0 %	– 15,0 %	–	– 18,5 %
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar-September 2002	94	37	27	71	22	251
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar-September 2001	106	36	32	161	11	346
Operatives Bruttovermögen Januar-September 2002	1.630	1.321	918	2.784	262	6.915
Operative Verbindlichkeiten Januar-September 2002	758	520	272	633	186	2.369
Operatives Vermögen Januar-September 2002[4]	872	801	646	2.151	76	4.546
Operatives Bruttovermögen Januar-September 2001	1.724	1.506	1.009	3.141	343	7.723
Operative Verbindlichkeiten Januar-September 2001	684	498	253	615	75	2.125
Operatives Vermögen Januar-September 2001[4]	1.040	1.008	756	2.526	268	5.598
Forschungs- u. Entwicklungskosten (FuE) Januar-September 2002	51	26	12	85	30	204
FuE in % vom Umsatz	2,2 %	1,6 %	1,2 %	4,1 %	–	2,8 %
Forschungs- u. Entwicklungskosten (FuE) Januar-September 2001	46	25	11	85	33	200
FuE in % vom Umsatz	2,0 %	1,6 %	1,1 %	3,9 %	–	2,8 %

[1] Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro
[2] nach Umgliederung von Zentralkosten
[3] mit Goodwill zu Anschaffungskosten
[4] mit Goodwill zu Restbuchwerten

Henkel Konzern

Gewinn- und Verlustrechnung					
Mio Euro	Jan.-Sept. 2001 veröffentl.	Jan.-Sept. 2001 vergleichb.	**Jan.-Sept. 2002**	**Veränderung in %** zum VJ[1]	zum VJ vergl.[1]
Umsatzerlöse	**10.015**	**7.099**	**7.272**	**– 27,4**	**2,4**
Kosten der umgesetzten Leistungen	5.540	3.706	3.813	31,2	– 2,9
Bruttoergebnis vom Umsatz	**4.475**	**3.393**	**3.459**	**– 22,7**	**1,9**
Marketing- und Vertriebskosten	2.789	2.208	2.233	19,9	– 1,1
Forschungs- und Entwicklungskosten	267	200	204	23,6	– 2,0
Verwaltungskosten	581	397	399	31,3	– 0,5
Sonstige betriebliche Erträge	141	116	85	– 39,7	– 26,7
Sonstige betriebliche Aufwendungen	98	88	88	10,2	0
Geschäftswertabschreibungen	142	134	102	28,2	23,9
Aufwendungen für Restrukturierungen	60	34	28	53,3	17,6
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	**679**	**448**	**490**	**– 27,8**	**9,6**
Beteiligungsergebnis	150	–	118	– 21,3	–
Zinsergebnis	– 236	–	– 114	51,7	–
Finanzergebnis	**– 86**	**–**	**4**	**–**	**–**
Ergebnis vor Steuern	**593**	**–**	**494**	**– 16,7**	**–**
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	– 228	–	– 180	21,1	–
Dreivierteljahresüberschuss	**365**	**–**	**314**	**– 14,0**	**–**
Dreivierteljahresüberschuss n. Fremdanteilen	336	–	314	– 6,5	–
Ergebnis je Aktie (Euro)	2,33	–	2,18	– 6,4	–

[1] Vorzeichen orientieren sich an der Auswirkung auf das Ergebnis

Bilanz				
Mio Euro	31.12.2001	%	**30.9.2002**	**%**
Immaterielle Vermögenswerte/Sachanlagen	3.868	41,3	3.553	39,3
Finanzanlagen	1.622	17,3	1.548	17,1
Anlagevermögen	**5.490**	**58,6**	**5.101**	**56,4**
Vorräte	1.081	11,5	1.094	12,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.591	17,0	1.609	17,8
Andere Forderungen und Sonstige Aktiva	467	5,0	476	5,3
Flüssige Mittel/Wertpapiere	421	4,5	486	5,4
Umlaufvermögen	**3.560**	**38,0**	**3.665**	**40,5**
Latente Steueransprüche	**315**	**3,4**	**281**	**3,1**
Aktiva insgesamt	**9.365**	**100,0**	**9.047**	**100,0**
Eigenkapital ohne Fremdanteile	**3.518**	**37,6**	**3.232**	**35,7**
Ausgleichsposten für Anteile Fremder	86	0,9	80	0,9
Eigenkapital mit Fremdanteilen	**3.604**	**38,5**	**3.312**	**36,6**
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.641	17,5	1.636	18,1
Andere Rückstellungen	1.274	13,6	1.329	14,7
Latente Steuerrückstellungen	202	2,2	198	2,2
Rückstellungen	**3.117**	**33,3**	**3.163**	**35,0**
Finanzschulden	1.210	12,9	1.195	13,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	937	10,0	834	9,2
Andere Verbindlichkeiten	497	5,3	543	6,0
Verbindlichkeiten	**2.644**	**28,2**	**2.572**	**28,4**
Passiva insgesamt	**9.365**	**100,0**	**9.047**	**100,0**

Kapitalflussrechnung		
Mio Euro	Jan.-Sept. 2001	**Jan.-Sept. 2002**
Betriebliches Ergebnis / EBIT	**679**	**490**
Ausgaben Ertragsteuern	– 232	– 137
Abschreibungen Anlagevermögen (ohne Finanzanlagen)	505	339
Gewinne aus Anlageabgängen (ohne Finanzanlagen)	– 38	– 14
Veränderung der Vorräte	– 79	– 49
Veränderungen der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	39	– 73
Veränderungen der Verbindlichkeiten und Rückstellungen	125	39
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	**999**	**595**
Cashflow aus Investitionstätigkeit/Akquisitionstätigkeit[1]	**– 390**	**– 314**
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit[2]	**– 580**	**– 211**
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	**29**	**70**
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	1	– 5
Veränderung Flüssige Mittel/Wertpapiere	**30**	**65**
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 1.1.	155	421
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 30.9.	185	486
[1] Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	– 19	– 25
Investitionen in Sachanlagen	– 349	– 211
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	– 126	– 126
Erlöse aus Anlageabgängen	104	48
Cashflow aus Investitionstätigkeit/Akquisitionstätigkeit	**– 390**	**– 314**
[2] Dividenden Henkel KGaA	– 157	– 156
Dividenden Tochterunternehmen (an andere Gesellschafter)	– 11	– 7
Zins- und Dividendeneinnahmen	157	114
Zinsausgaben	– 209	– 169
Dividenden- und Zinsergebnis	**– 220**	**– 218**
Veränderung der Finanzschulden	– 293	52
Rückkauf eigener Aktien	– 57	– 51
Sonstige Finanzierungsvorgänge	– 10	6
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	**– 580**	**– 211**
Netto Cashflow	389	63
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	126	126
Free Cashflow	**515**	**189**

Eigenkapitalveränderungsrechnung		
Mio Euro	2001	**2002**
Eigenkapital ohne Fremdanteile, jeweils am 1. Januar d. Jahres	**3.223**	**3.518**
Ergebnis nach Anteilen Fremder	336	314
Ausschüttungen	– 157	– 156
Rückkauf eigener Aktien	– 57	– 51
Sonstige erfolgsneutrale Veränderungen	– 30	– 220
Währungskursveränderungen	5	– 173
Eigenkapital ohne Fremdanteile, jeweils am 30. September d. Jahres	**3.320**	**3.232**

Kommentare G + V, Bilanz, Kapitalflussrechnung[1)]

Gewinn- und Verlustrechnung

Die Umsatzerlöse stiegen gegenüber dem Zeitraum Januar-September 2001 um 2,4 Prozent, demgegenüber erhöhten sich die Kosten der umgesetzten Leistungen mit 2,9 Prozent prozentual etwas stärker. Das Bruttoergebnis vom Umsatz wuchs deshalb nur um 1,9 Prozent, die Marge blieb mit 47,6 Prozent knapp auf Vorjahresniveau (47,8 Prozent). Innerhalb des Postens „Marketing- und Vertriebskosten" erhöhten sich im Wesentlichen die Werbeaufwendungen, während die Vertriebskosten leicht rückläufig waren. Die Forschungs- und Entwicklungskosten sowie die Verwaltungskosten blieben im Vergleich zu den ersten drei Quartalen des Vorjahres nahezu unverändert.

Die sonstigen betrieblichen Erträge verminderten sich um 31 Mio Euro: Die ersten neun Monate 2001 enthielten Gewinne aus Anlageabgängen von Immobilienvermögen der Henkel KGaA in Höhe von 24 Mio Euro und aus Grundstücksverkäufen in Höhe von 7 Mio Euro in Deutschland und in USA. Der Berichtszeitraum 2002 enthielt Erträge aus den Verkäufen zweier Geschäfte in Höhe von 10 Mio Euro (Bostik, Italien, und Lederfaserstoffgeschäft von Dorus, Deutschland) sowie aus einem Grundstücksverkauf in England (3 Mio Euro).

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen blieben auf Vorjahresniveau. Im aktuellen Zeitraum sind Währungsverluste aus Ägypten und Russland von insgesamt 7 Mio Euro zu verzeichnen.

Die Geschäftswertabschreibungen verringerten sich um 32 Mio Euro, was im Wesentlichen auf die Sonderabschreibungen des Goodwill-Programms 2001 zurückgeht. Die Restrukturierungsaufwendungen liegen ebenfalls 6 Mio Euro unter dem Ansatz der Vorjahresperiode.

Finanzergebnis, Ergebnis vor Steuern und Jahresüberschuss beinhalten in der Vorjahresperiode Cognis und Henkel-Ecolab. Das Finanzergebnis verbesserte sich zum Vorjahr vor allem bedingt durch die Divestmenterlöse und den Abgang des Chemie- und institutionellen Reinigungsgeschäftes um 90 Mio Euro.

Der Vorjahreszeitraum enthielt im Beteiligungsergebnis ferner einen Einmalertrag in Höhe von 24 Mio Euro aus dem Verkauf der Beteiligung an San Nopco, Japan. In diesem Jahr belasteten zwei Sondereffekte das Beteiligungsergebnis: Zum einen restrukturierte Clorox seine Geschäfte in Lateinamerika, zum anderen haben wir den Wert unserer Beteiligungen an Gesellschaften des New Business berichtigt. Beide Effekte zusammen beliefen sich auf 30 Mio Euro.

Demgegenüber stieg das Zinsergebnis um 122 Mio Euro aufgrund des Abbaus der Finanzschulden Ende 2001 im Zusammenhang mit den Erlösen für die divestierten Geschäfte.

Die Steuerquote verringerte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 2 Prozentpunkte auf 36,4 Prozent, was auf entfallende, steuerlich nicht abzugsfähige Goodwill-Abschreibungen zurückzuführen ist.

Bilanz

Die Bilanzsumme zum 30. September 2002 verringerte sich um 318 Mio Euro gegenüber dem 31. Dezember 2001. 298 Mio Euro hiervon entfielen auf Währungskursveränderungen speziell des Euro gegen den US-Dollar. Auf das Anlagevermögen entfielen 263 Mio Euro, auf das Umlaufvermögen 35 Mio Euro.

Die Finanzanlagen reduzierten sich um 74 Mio Euro. Der Beteiligungsbuchwert aus unserer Beteiligung Clorox verringerte sich erfolgsneutral, da Clorox eigene Aktien zurückgekauft und Währungskursverluste im Eigenkapital ausgewiesen hatte.

Die Finanzanlagen erhöhten sich um die zum 30. September 2002 noch nicht konsolidierten Beteiligungen an Pakvash, Iran, Cemedine, USA, und Möller-Plast, Deutschland, um insgesamt 59 Mio Euro.

Der Aufbau der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte lag im Rahmen der Geschäftsausweitung.

Auf der Passivseite verminderte sich das Eigenkapital um 292 Mio Euro, wovon rund 60 Prozent auf die veränderten Währungsparitäten vor allem des US-Dollar zurückgehen *(siehe hierzu auch die Tabelle Eigenkapitalveränderungsrechnung auf Seite 13).* Die sonstigen

[1)] Der Kommentar bezieht sich von den Umsatzerlösen bis zum EBIT nur auf die vergleichbar gemachten Zahlen des Vorjahreszeitraums.

erfolgsneutralen Eigenkapitalveränderungen beinhalten im Wesentlichen erfolgsneutrale Bewertungen von Derivaten und eigenkapitalähnlichen Darlehen nach IAS 39 (81 Mio Euro) sowie die erfolgsneutralen Kapitalveränderungen unserer Beteiligung Clorox (130 Mio Euro; u. a. Aktienrückkaufprogramm).

Die anderen Verbindlichkeiten stiegen wegen höherer unterjähriger Steuerverbindlichkeiten.

Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung für das Dreivierteljahr 2002 kann nur bedingt mit dem Vorjahr verglichen werden. Im Vorjahr waren wie in der Überleitung vom Finanzergebnis zum Jahresüberschuss in der Gewinn- und Verlustrechnung Cognis und das Joint Venture Henkel Ecolab noch in der Kapitalflussrechnung enthalten. Diese Geschäfte haben wir Ende November 2001 verkauft.

Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** betrug 595 Mio Euro und lag damit um 404 Mio Euro unter dem Vorjahreswert. Die Steuerauszahlungen verminderten sich um 95 Mio Euro. Ein Großteil ging auf die veräußerten Unternehmen zurück. Die Gewinne aus Anlageabgängen sanken im Vergleich zum Vorjahr um 24 Mio Euro. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Henkel KGaA im Vorjahreszeitraum Gewinne von 24 Mio Euro aus dem Verkauf von Immobilienvermögen erzielt hatte. Die Gewinne aus Anlageabgängen des Dreivierteljahres 2002 enthielten Gewinne von 6 Mio Euro aus dem Markenverkauf von Bostik. Durch den Aufbau des Nettoumlaufvermögens ergab sich im Berichtsjahr ein Mittelabfluss von 83 Mio Euro. Der Cashflow der Berichtsperiode sank im Wesentlichen durch den leichten Aufbau von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und durch den Rückgang von Lieferantenverbindlichkeiten.

Der **Cashflow aus Investitions-/Akquisitionstätigkeit** betrug −314 Mio Euro und verbesserte sich um 76 Mio Euro gegenüber dem Dreivierteljahr 2001 vor allem durch die entfallenen Sachanlageinvestitionen des Cognis-Geschäftes. Die Ausgaben für Investitionen in bestehende Geschäfte gingen um 21 Mio Euro zurück. Die Ausgaben für den Erwerb von neuen Geschäften und Finanzanlagen stiegen gegenüber dem bereinigten Vorjahreszeitraum um 25 Mio Euro an. Im Dreivierteljahr 2002 erwarben wir Sellotape (Großbritannien und Neuseeland), Cemedine (USA), 60 Prozent an Pakvash (Iran), eine weitere Produktionsstätte bei der Henkel ENAD (Algerien) und das Geschäft Möller-Plast in Deutschland. Der Rückgang der Erlöse aus Anlageabgängen resultiert aus dem außergewöhnlichen Vorjahreswert mit dem Verkauf der Beteiligung San Nopco und des Immobilienvermögens der Henkel KGaA.

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** stieg gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 369 Mio Euro auf −211 Mio Euro. Grund hierfür war, dass im Vorjahreszeitraum 293 Mio Euro für die Rückführung von Finanzschulden abgeflossen sind. Das Zins- und Dividendenergebnis blieb bei um 40 Mio Euro geringeren Zinsausgaben gegenüber dem Vergleichszeitraum nahezu unverändert.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der Quartalsbericht der Henkel-Gruppe wurde wie der Jahresabschluss nach den Richtlinien des International Accounting Standards Board (IASB), London, erstellt. Es gelten die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze wie für den Jahresabschluss 2001. Die Erläuterungen im Anhang zum Jahresabschluss gelten daher sinngemäß.

In dieser Information enthaltene zukunftsbezogene Aussagen wurden nach bestem Wissen und Gewissen getroffen. Die von der Henkel KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse können jedoch von diesen zukunftsbezogenen Aussagen wesentlich abweichen und werden von einer Reihe wettbewerblicher und ökonomischer Faktoren abhängen, die zum Teil außerhalb des Einflussbereichs der Henkel KGaA liegen.

Weitere Informationen zu diesem Aktionärsbrief

Postanschrift:
Henkel KGaA
40191 Düsseldorf, Deutschland

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

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

Mat.-Nr.: 4701348

Termine

Bilanzpressekonferenz und Analystentreffen:
Mittwoch, den 5. März 2003

Hauptversammlung der Henkel KGaA:
Montag, den 14. April 2003

Bericht über das 1. Quartal 2003:
Dienstag, den 6. Mai 2003

Bericht über das 2. Quartal 2003:
Montag, den 18. August 2003

Bericht über das 3. Quartal 2003:
Montag, den 17. November 2003

Weitere Detailangaben zu den Quartalszahlen finden Sie im Internet unter:
www.ir.henkel.de

Henkel im Internet: **www.henkel.de**

Henkel

A Brand like a friend