

**Q2** Quartalsfinanzbericht  
April bis Juni 2015  
Halbjahresfinanzbericht



# Kennzahlen Henkel-Konzern

in Mio Euro	2. Q/2014	2. Q/2015	Ver- änderung <sup>1</sup>	1-6/2014	1-6/2015	Ver- änderung <sup>1</sup>
<b>Umsatz</b>	<b>4.137</b>	<b>4.695</b>	<b>13,5%</b>	<b>8.066</b>	<b>9.125</b>	<b>13,1%</b>
Laundry & Home Care	1.139	1.314	15,3%	2.286	2.612	14,3%
Beauty Care	897	1.006	12,2%	1.753	1.946	11,0%
Adhesive Technologies	2.069	2.343	13,3%	3.962	4.503	13,7%
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>589</b>	<b>715</b>	<b>21,4%</b>	<b>1.197</b>	<b>1.363</b>	<b>13,8%</b>
<b>Bereinigtes<sup>2</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>674</b>	<b>768</b>	<b>14,0%</b>	<b>1.293</b>	<b>1.475</b>	<b>14,0%</b>
<b>Umsatzrendite (EBIT) in Prozent</b>	<b>14,2</b>	<b>15,2</b>	<b>1,0 pp</b>	<b>14,8</b>	<b>14,9</b>	<b>0,1 pp</b>
<b>Bereinigte<sup>2</sup> Umsatzrendite (EBIT) in Prozent</b>	<b>16,3</b>	<b>16,4</b>	<b>0,1 pp</b>	<b>16,0</b>	<b>16,2</b>	<b>0,2 pp</b>
<b>Quartalsüberschuss / Halbjahresüberschuss</b>	<b>446</b>	<b>531</b>	<b>19,1%</b>	<b>902</b>	<b>1.013</b>	<b>12,3%</b>
auf nicht beherrschende Anteile entfallend	- 5	- 10	100,0%	- 12	- 22	83,3%
auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	441	521	18,1%	890	991	11,3%
<b>Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro</b>	<b>1,02</b>	<b>1,20</b>	<b>17,6%</b>	<b>2,06</b>	<b>2,29</b>	<b>11,2%</b>
<b>Bereinigtes<sup>2</sup> Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro</b>	<b>1,16</b>	<b>1,29</b>	<b>11,2%</b>	<b>2,20</b>	<b>2,47</b>	<b>12,3%</b>
<b>Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in Prozent</b>	<b>21,0</b>	<b>19,5</b>	<b>- 1,5 pp</b>	<b>21,7</b>	<b>18,8</b>	<b>- 2,9 pp</b>

pp = Prozentpunkte

<sup>1</sup> Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

<sup>2</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

## Inhalt

- |                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| 3 Highlights 2. Quartal 2015        | 32 Ausgewählte Anhangangaben                            |
| 4 Aktuelles                         | 38 Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht           |
| 4 Die Aktie                         | 39 Versicherung des gesetzlichen Vertreters             |
| 6 Berichterstattung 2. Quartal 2015 | 40 Bericht des Prüfungsausschusses des<br>Aufsichtsrats |
| 16 Halbjahresfinanzbericht 2015     | 41 Mehrjahresübersicht                                  |
| 23 Nachtragsbericht                 | 42 Kontakte/Impressum                                   |
| 24 Ausblick                         | 43 Finanzkalender                                       |
| 26 Konzernzwischenabschluss         |   |

# Highlights 2. Quartal 2015

## Finanzdaten

**4.695** Mio €

Umsatz:  
plus 13,5 Prozent

**+ 2,4%**

organisches Umsatzwachstum:  
+ 4,3 Prozent Laundry & Home Care  
+ 1,9 Prozent Beauty Care  
+ 1,7 Prozent Adhesive Technologies

**715** Mio €

betriebliches Ergebnis (EBIT)

**768** Mio € / **+ 14,0%**

bereinigtes<sup>1</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT) /  
Steigerung gegenüber Vorjahresquartal

**1,20** €

Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)

**1,29** € / **+ 11,2%**

bereinigtes<sup>1</sup> Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) /  
Steigerung gegenüber Vorjahresquartal

**521** Mio €

Quartalsüberschuss auf Aktionäre der  
Henkel AG & Co. KGaA entfallend

**16,4%**

bereinigte<sup>1</sup> Umsatzrendite (EBIT):  
plus 0,1 Prozentpunkte  
17,1 Prozent Laundry & Home Care  
16,5 Prozent Beauty Care  
17,0 Prozent Adhesive Technologies

**6,6%**

Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz

## Wichtige Entwicklungen

Quartalsumsatz erneut zweistellig gesteigert.


Zweistelliger Zuwachs des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie.

Wachstumsmärkte mit starker organischer Umsatzsteigerung.

Zwei Übernahmen – Laundry & Home Care sowie Adhesive Technologies – vereinbart und unterzeichnet.

<sup>1</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen (24 Mio Euro) und Erträge (0 Mio Euro) sowie Restrukturierungsaufwendungen (29 Mio Euro).

## Aktuelles

Unsere Geschäftsberichte, unsere Quartalsfinanzberichte, aktuelle Daten zu den Henkel-Aktien und -Anleihen sowie Nachrichten, Berichte und Präsentationen zum Unternehmen finden Sie auf der Internetseite von Investor Relations:  
 [www.henkel.de/ir](http://www.henkel.de/ir)

Die Hauptversammlung der Henkel AG & Co. KGaA hat am 13. April 2015 eine Dividende von 1,29 Euro je Stammaktie und 1,31 Euro je Vorzugsaktie beschlossen. Damit beträgt die Ausschüttungsquote 30,0 Prozent des um Sondereinflüsse bereinigten Jahresüberschusses nach nicht beherrschenden Anteilen.

Am 14. April 2015 schloss Henkel eine Vereinbarung zum Erwerb der Novamelt GmbH mit Sitz in Wehr, Deutschland. Mit dieser Akquisition baut Henkel seine Kompetenz bei den Haftschmelzklebstoffen weiter aus. Der Umsatz der Novamelt GmbH betrug im Jahr 2014 rund 50 Mio Euro. Die Akquisition wurde zum 1. Juni 2015 abgeschlossen.

Am 11. Mai 2015 schloss Henkel mit der Colgate-Palmolive Company eine Vereinbarung über den Kauf aller Waschmittelmarken sowie Waschhilfsmittel des Unternehmens in Australien, Neuseeland und auf Fidschi. Mit der Akquisition der Pulver- und Flüssigwaschmittel sowie der Waschhilfsmittel wird Henkel einer der größten Anbieter im Waschmittelsegment in der Region Australien/Neuseeland. Der Umsatz dieser Marken betrug im Jahr 2014 rund 110 Mio Euro.

Am 1. Juni 2015 veranstaltete Henkel einen Investoren- und Analystentag in Düsseldorf. Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care präsentierte Kapitalmarktteilnehmern unter dem Motto „Experience Reinvention“ neben Informationen zur Strategie und zur Entwicklung des Unternehmensbereichs auch das neu eröffnete Global Experience Center.

## Die Aktie

Die für uns relevanten Aktienindizes entwickelten sich im Verlauf des zweiten Quartals 2015 rückläufig. Der DAX sank mit einem Schlusskurs von 10.944,97 Punkten um 8,5 Prozent. Weniger negativ entwickelte sich der Stoxx Europe 600 Index; er verzeichnete ein Minus von 4,0 Prozent.

Der Kurs der Henkel-Vorzugsaktie ging im zweiten Quartal von 109,55 Euro um 8,2 Prozent auf 100,60 Euro zurück. Die Henkel-Stammaktie verzeichnete mit einem Schlusskurs von 85,49 Euro ebenfalls ein Minus, und zwar um 11,1 Prozent. Die Prämie der Vorzugsaktie gegenüber der Stammaktie lag im zweiten Quartal bei durchschnittlich 16,9 Prozent.

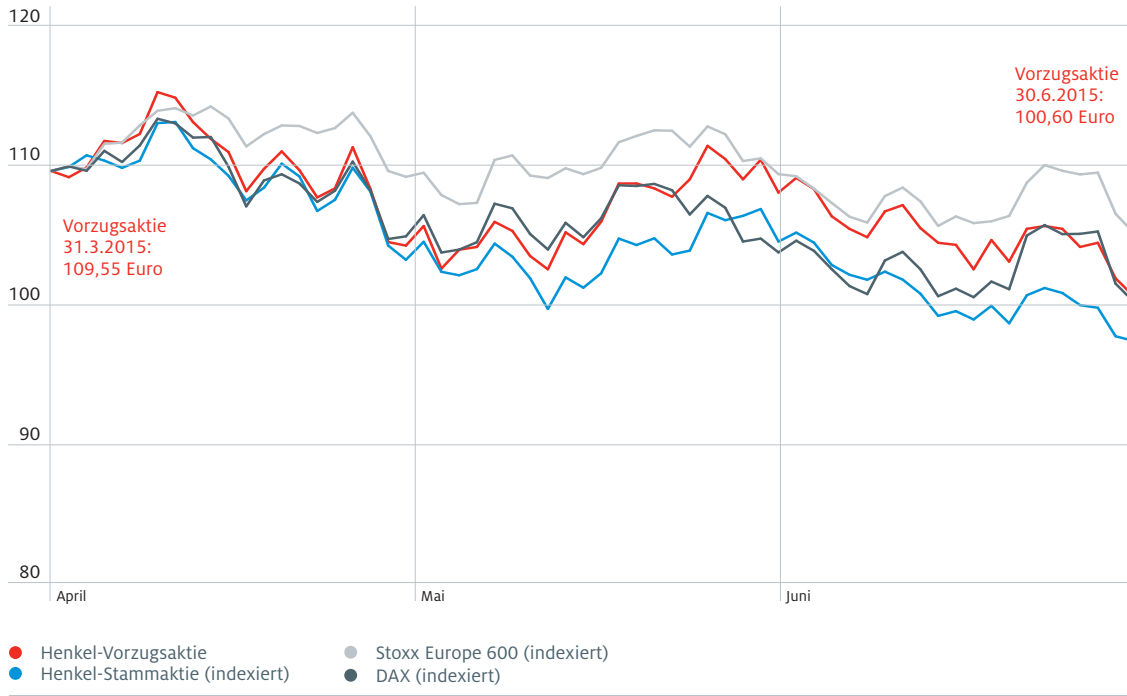
### Kennzahlen zur Henkel-Aktie im zweiten Quartal

in Euro	2. Q/2014	2. Q/2015
<b>Ergebnis je Aktie</b>		
Stammaktie	1,02	1,20
Vorzugsaktie	1,02	1,20
<b>Börsenkurs Quartalsende<sup>1</sup></b>		
Stammaktie	73,50	85,49
Vorzugsaktie	84,43	100,60
<b>Höchster Börsenkurs<sup>1</sup></b>		
Stammaktie	77,10	99,26
Vorzugsaktie	85,77	115,20
<b>Niedrigster Börsenkurs<sup>1</sup></b>		
Stammaktie	69,94	85,49
Vorzugsaktie	75,50	100,60
<b>Marktkapitalisierung<sup>1</sup> in Mrd Euro</b>	<b>34,1</b>	<b>40,1</b>
Stammaktie in Mrd Euro	19,1	22,2
Vorzugsaktie in Mrd Euro	15,0	17,9

<sup>1</sup> Aktienschlusskurse Xetra-Handel.

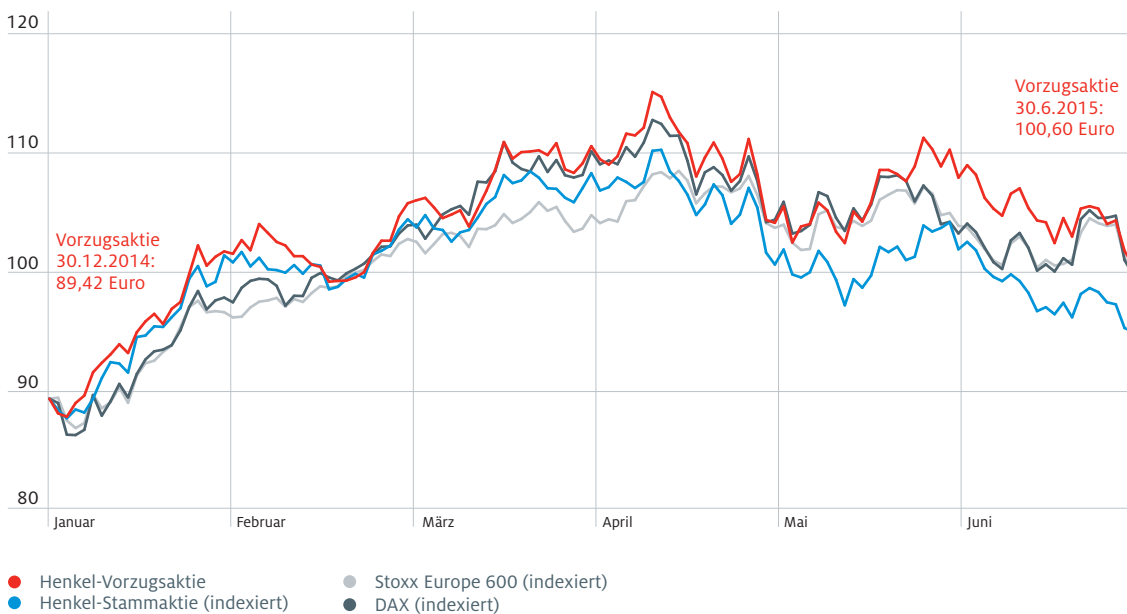
### Entwicklung der Henkel-Aktien im Marktvergleich im zweiten Quartal 2015

in Euro (Henkel-Vorzugsaktie)  
alle anderen Werte indexiert



### Entwicklung der Henkel-Aktien im Marktvergleich von Januar bis Juni 2015

in Euro (Henkel-Vorzugsaktie)  
alle anderen Werte indexiert



# Berichterstattung 2. Quartal 2015

## Geschäftsverlauf im zweiten Quartal 2015

### Wichtige Kennzahlen<sup>1</sup>

in Mio Euro	2. Q/2014	2. Q/2015	+/-
Umsatz	4.137	4.695	13,5%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	589	715	21,4%
Bereinigtes <sup>2</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT)	674	768	14,0%
Umsatzrendite (EBIT)	14,2%	15,2%	1,0 pp
Bereinigte <sup>2</sup> Umsatzrendite (EBIT)	16,3%	16,4%	0,1 pp
Quartalsüberschuss – auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	441	521	18,1%
Bereinigter <sup>2</sup> Quartalsüberschuss – auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	499	558	11,8%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,02	1,20	17,6%
Bereinigtes <sup>2</sup> Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,16	1,29	11,2%

pp = Prozentpunkte

<sup>1</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.<sup>2</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

### Ertragslage

Im zweiten Quartal 2015 erhöhte sich der Umsatz erneut zweistellig um 13,5 Prozent auf 4.695 Mio Euro. Die Entwicklung der Währungen wirkte sich positiv auf den Umsatz aus. Bereinigt um Wechselkurseffekte in Höhe von 7,3 Prozent verbesserte sich der Umsatz somit um 6,2 Prozent. Organisch – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – steigerten wir den Umsatz um 2,4 Prozent. Die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) verbesserten wir um 0,1 Prozentpunkte auf 16,4 Prozent. Das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie stieg gegenüber dem Vorjahresquartal um 11,2 Prozent.

### Umsatzveränderung<sup>1</sup>

in Prozent	2. Q/2015
Veränderung zum Vorjahr	13,5
Wechselkurseffekte	7,3
Bereinigt um Wechselkurseffekte	6,2
Akquisitionen/Divestments	3,8
Organisch	2,4
Davon Preis	1,2
Davon Menge	1,2

<sup>1</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care zeigte eine gute organische Wachstumsrate von 4,3 Prozent, die mehrheitlich volumengetrieben war. Das positive organische Umsatzwachstum des Unternehmensbereichs Beauty Care in Höhe von

1,9 Prozent wurde hauptsächlich durch Preissteigerungen erreicht. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies verzeichnete ein positives organisches Umsatzwachstum von 1,7 Prozent, das ebenfalls zum größeren Teil durch Preissteigerungen getragen wurde.

### Preis- und Mengeneffekte im zweiten Quartal 2015

in Prozent	Organisches Umsatzwachstum	Davon Preis	Davon Menge
Laundry & Home Care	4,3	0,5	3,8
Beauty Care	1,9	1,6	0,3
Adhesive Technologies	1,7	1,5	0,2
Henkel-Konzern	2,4	1,2	1,2

Mit Bezug auf die Beschreibung des Umfangs unserer Geschäftstätigkeiten und unserer Wettbewerbspositionen im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 55 kam es im zweiten Quartal 2015 zu keinen wesentlichen Veränderungen.

Um unsere Strukturen kontinuierlich an unsere Märkte und Kunden anzupassen, wandten wir für Restrukturierungen 29 Mio Euro auf (Vorjahresquartal: 71 Mio Euro). Um ein skalierbares Geschäftsmodell zu schaffen, bauen wir unter anderem unsere Shared Services aus und treiben die Zusammenführung unserer Supply-Chain- und Einkaufsaktivitäten in eine integrierte globale Supply-Chain-Organisation weiter voran. Darüber hinaus führen wir die Integration der getätigten Akquisitionen fort.

**Überleitung vom Umsatz zum bereinigten betrieblichen Ergebnis<sup>1</sup>**

in Mio Euro	2. Q/2014	%	2. Q/2015	%	Veränderung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>4.137</b>	<b>100,0</b>	<b>4.695</b>	<b>100,0</b>	<b>13,5%</b>
Kosten der umgesetzten Leistungen	- 2.168	- 52,4	- 2.430	- 51,8	12,1%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>1.969</b>	<b>47,6</b>	<b>2.265</b>	<b>48,2</b>	<b>15,0%</b>
Marketing- und Vertriebsaufwendungen	- 1.016	- 24,6	- 1.173	- 25,0	15,5%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	- 102	- 2,5	- 120	- 2,6	17,6%
Verwaltungsaufwendungen	- 180	- 4,3	- 224	- 4,7	24,4%
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	3	0,1	20	0,5	-
<b>Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>674</b>	<b>16,3</b>	<b>768</b>	<b>16,4</b>	<b>14,0%</b>

<sup>1</sup> Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

Im Folgenden werden die um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen bereinigten betrieblichen Aufwands- und Ertragsposten bis zum betrieblichen Ergebnis kommentiert. Die Überleitungsrechnung sowie die Verteilung der Restrukturierungsaufwendungen auf die Kostenzeilen der Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung finden Sie auf Seite 28.

Die Kosten der umgesetzten Leistungen erhöhten sich gegenüber dem zweiten Quartal 2014 um 12,1 Prozent auf 2.430 Mio Euro. Das Bruttoergebnis vom Umsatz stieg um 15,0 Prozent auf 2.265 Mio Euro. Durch selektive Preiserhöhungen, Einsparungen aus Kostensenkungsmaßnahmen sowie Effizienzverbesserungen in Produktion und Supply Chain in Kombination mit rückläufigen Preisen für direkte Materialien konnten wir die Effekte eines weiterhin intensiven Promotionswettbewerbs kompensieren und die Bruttomarge um 0,6 Prozentpunkte auf 48,2 Prozent steigern.

Die Marketing- und Vertriebsaufwendungen haben wir mit 1.173 Mio Euro um 15,5 Prozent gesteigert. Damit erhöhte sich der Anteil am Umsatz entsprechend um 0,4 Prozentpunkte auf 25,0 Prozent. Für Forschung und Entwicklung wandten wir insgesamt 120 Mio Euro auf und haben den Anteil am Umsatz mit 2,6 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal leicht erhöht. Die Verwaltungsaufwendungen stiegen vor allem aufgrund der getätigten Akquisitionen und aufgrund von Währungseinflüssen im Vergleich zum Vorjahresquartal auf 224 Mio Euro an. In Relation zum Umsatz lagen diese mit 4,7 Prozent über dem Niveau des zweiten Quartals 2014.

Der Saldo aus Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen blieb mit 20 Mio Euro wie im Vorjah-

resquartal auf einem insgesamt niedrigen Niveau. Der absolute Anstieg resultierte aus Erlösen infolge mehrerer Einzelsachverhalte, zum Beispiel aus Gewinnen infolge von Anlageabgängen und Grundstücksveräußerungen.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 14,0 Prozent von 674 Mio Euro auf 768 Mio Euro. Wir haben die bereinigte Umsatzrendite des Konzerns von 16,3 auf 16,4 Prozent weiter steigern können. Eine starke Margenverbesserung zeigte der Unternehmensbereich Laundry & Home Care mit einer Steigerung von 16,6 auf 17,1 Prozent. Hierzu trug vor allem die gute Umsatzentwicklung bei konsequentem Kostenmanagement bei. Im Unternehmensbereich Beauty Care erzielten wir aufgrund einer positiven Umsatzentwicklung bei konsequentem Kostenmanagement eine gute Margenverbesserung um 0,3 Prozentpunkte auf 16,5 Prozent. Aufgrund von Investitionen in markt- und innovationsorientierte Geschäftsstrukturen lag die Marge im Unternehmensbereich Adhesive Technologies mit 17,0 Prozent um 0,5 Prozentpunkte unter dem hohen Niveau des Vorjahresquartals.

Das Finanzergebnis blieb mit -11 Mio Euro auf dem Niveau des zweiten Quartals 2014. Die Steuerquote betrug 24,6 Prozent (bereinigt: 25,1 Prozent).

Der Quartalsüberschuss stieg um 19,1 Prozent von 446 Mio Euro auf 531 Mio Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 10 Mio Euro lag der Quartalsüberschuss bei 521 Mio Euro (im zweiten Quartal 2014: 441 Mio Euro). Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 558 Mio Euro gegenüber 499 Mio Euro im Vorjahresquartal. Das Ergebnis je Vorzugsaktie stieg von 1,02 Euro auf 1,20 Euro. Bereinigt lag es bei 1,29 Euro gegenüber 1,16 Euro im zweiten Quartal 2014.

## Regionale Entwicklung

### Eckdaten nach Regionen<sup>1</sup> im zweiten Quartal 2015

in Mio Euro	West- europa	Ost- europa	Afrika/ Nahost	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Corporate <sup>2</sup>	Konzern
<b>Umsatz April – Juni 2015</b>	<b>1.564</b>	<b>707</b>	<b>342</b>	<b>934</b>	<b>292</b>	<b>826</b>	<b>31</b>	<b>4.695</b>
Umsatz April – Juni 2014	1.450	739	287	703	259	666	32	4.137
Veränderung gegenüber Vorjahr	7,9%	-4,4%	19,0%	32,7%	12,7%	23,9%	-	13,5%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	6,7%	5,0%	4,4%	7,8%	9,0%	4,9%	-	6,2%
Organisch	-	5,5%	4,4%	0,3%	8,4%	3,7%	-	2,4%
<b>Anteil am Konzernumsatz</b>								
<b>April – Juni 2015</b>	<b>33%</b>	<b>15%</b>	<b>7%</b>	<b>20%</b>	<b>6%</b>	<b>18%</b>	<b>1%</b>	<b>100%</b>
Anteil am Konzernumsatz April – Juni 2014	35%	18%	7%	17%	6%	16%	1%	100%
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>								
<b>April – Juni 2015</b>	<b>328</b>	<b>110</b>	<b>39</b>	<b>110</b>	<b>25</b>	<b>132</b>	<b>-29</b>	<b>715</b>
Betriebliches Ergebnis (EBIT) April – Juni 2014	289	105	24	109	21	94	-52	589
Veränderung gegenüber Vorjahr	13,8%	4,3%	64,2%	1,3%	16,9%	41,6%	-	21,4%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	10,1%	17,1%	39,6%	-21,4%	5,5%	12,9%	-	12,3%
<b>Umsatzrendite (EBIT)</b>								
<b>April – Juni 2015</b>	<b>21,0%</b>	<b>15,5%</b>	<b>11,3%</b>	<b>11,8%</b>	<b>8,6%</b>	<b>16,0%</b>	<b>-</b>	<b>15,2%</b>
Umsatzrendite (EBIT) April – Juni 2014	19,9%	14,2%	8,2%	15,5%	8,2%	14,0%	-	14,2%

<sup>1</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

<sup>2</sup> Corporate = Umsätze und Leistungen, die nicht den Regionen und den Unternehmensbereichen zugeordnet werden können.

Im Folgenden kommentieren wir die Ergebnisse im zweiten Quartal 2015:

In einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld konnten wir unseren Umsatz in der Region **Westeuropa** organisch auf dem Niveau des Vorjahresquartals halten. Vor allem die Länder Südeuropas sowie Frankreich und Deutschland zeigten eine positive Entwicklung. Dagegen war die Entwicklung in den nordeuropäischen Ländern und in der Schweiz rückläufig.

Das betriebliche Ergebnis der Region verbesserten wir – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 10,1 Prozent. Die Umsatzrendite der Region stieg um 1,1 Prozentpunkte auf 21,0 Prozent.

In der Region **Osteuropa** steigerten wir in einem schwierigen Marktumfeld den Umsatz organisch um 5,5 Prozent. Hierzu trugen vor allem unsere Geschäfte in Russland, der Türkei und Polen bei.

Das betriebliche Ergebnis der Region erhöhte sich – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 17,1 Prozent. Die Umsatzrendite der Region stieg um 1,3 Prozentpunkte auf 15,5 Prozent.

In der Region **Afrika/Nahost** war unser Wachstum weiterhin durch die geopolitischen Unruhen in einigen Ländern beeinflusst. Das organische Umsatzwachstum lag bei 4,4 Prozent.

Das betriebliche Ergebnis der Region verbesserten wir – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 39,6 Prozent. Die Umsatzrendite erhöhte sich um 3,1 Prozentpunkte auf 11,3 Prozent.



Eckdaten nach Regionen<sup>1</sup> im ersten Halbjahr 2015

in Mio Euro	West-europa	Ost-europa	Afrika/Nahost	Nord-amerika	Latein-amerika	Asien/Pazifik	Corporate <sup>2</sup>	Konzern
Umsatz Januar – Juni 2015	3.095	1.332	692	1.819	566	1.558	63	9.125
Umsatz Januar – Juni 2014	2.900	1.409	564	1.373	500	1.254	66	8.066
Veränderung gegenüber Vorjahr	6,7%	-5,5%	22,6%	32,4%	13,2%	24,2%	-	13,1%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	5,7%	6,2%	8,3%	8,7%	7,8%	5,9%	-	6,5%
Organisch	-0,1%	6,1%	8,3%	1,3%	6,9%	4,7%	-	3,0%
Anteil am Konzernumsatz Januar – Juni 2015	34%	15%	7%	20%	6%	17%	1%	100%
Anteil am Konzernumsatz Januar – Juni 2014	36%	17%	7%	17%	6%	16%	1%	100%
Betriebliches Ergebnis (EBIT) Januar – Juni 2015	636	185	83	239	53	218	-51	1.363
Betriebliches Ergebnis (EBIT) Januar – Juni 2014	605	182	72	224	41	157	-84	1.197
Veränderung gegenüber Vorjahr	5,2%	2,0%	14,6%	6,9%	27,2%	38,5%	-	13,8%
Bereinigt um Wechselkurseffekte	3,0%	17,7%	-1,9%	-15,5%	14,5%	10,6%	-	6,4%
Umsatzrendite (EBIT) Januar – Juni 2015	20,6%	13,9%	11,9%	13,2%	9,3%	14,0%	-	14,9%
Umsatzrendite (EBIT) Januar – Juni 2014	20,9%	12,9%	12,8%	16,3%	8,3%	12,5%	-	14,8%

<sup>1</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

<sup>2</sup> Corporate = Umsätze und Leistungen, die nicht den Regionen und den Unternehmensbereichen zugeordnet werden können.

Der Umsatz in der Region **Nordamerika** erhöhte sich organisch um 0,3 Prozent.

Das betriebliche Ergebnis der Region sank – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 21,4 Prozent. Die Umsatzrendite der Region lag mit 11,8 Prozent unter dem Wert des Vorjahresquartals von 15,5 Prozent.

Den Umsatz in der Region **Lateinamerika** steigerten wir organisch um 8,4 Prozent. Insbesondere die Geschäftsentwicklung in Mexiko trug zu dieser Verbesserung bei.

Das betriebliche Ergebnis konnten wir – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 5,5 Prozent steigern. Die Umsatzrendite der Region erhöhte sich um 0,4 Prozentpunkte auf 8,6 Prozent.

Der Umsatz der Region **Asien/Pazifik** wuchs organisch um 3,7 Prozent. Das gute organische Wachstum war insbesondere durch die Geschäftsentwicklung in China, Japan und Indien getrieben.

Das betriebliche Ergebnis steigerten wir – bereinigt um Wechselkurseffekte – um 12,9 Prozent. Die Umsatzrendite stieg gegenüber dem Vorjahresquartal um 2,0 Prozentpunkte auf 16,0 Prozent.

Unser Umsatz in den **Wachstumsregionen** Ost-europa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) erhöhte sich deutlich um 11,0 Prozent auf 2.047 Mio Euro. Der Anteil der Wachstumsregionen am Konzernumsatz reduzierte sich im Vergleich zum zweiten Quartal 2014 leicht auf 44 Prozent. Getrieben von allen Unternehmensbereichen trug der organische Umsatz der Wachstumsregionen mit 5,1 Prozent erneut überdurchschnittlich zum organischen Konzernwachstum bei.

## Laundry & Home Care

### Wichtige Kennzahlen<sup>1</sup>

in Mio Euro	2. Q/2014	2. Q/2015	+/-	1-6/2014	1-6/2015	+/-
Umsatz	1.139	1.314	15,3%	2.286	2.612	14,3%
Anteil am Konzernumsatz	27%	28%		28%	29%	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	160	198	23,6%	356	389	9,4%
Bereinigtes <sup>2</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT)	190	225	18,6%	380	447	17,6%
Umsatzrendite (EBIT)	14,0%	15,1%	1,1 pp	15,6%	14,9%	-0,7 pp
Bereinigte <sup>2</sup> Umsatzrendite (EBIT)	16,6%	17,1%	0,5 pp	16,6%	17,1%	0,5 pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	26,8%	21,0%	-5,8 pp	30,6%	21,0%	-9,6 pp

pp = Prozentpunkte

<sup>1</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

<sup>2</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

### Umsatzveränderung<sup>1</sup>

in Prozent	2. Q/2015	1-6/2015
Veränderung zum Vorjahr	15,3	14,3
Wechselkurseffekte	3,6	2,9
Bereinigt um Wechselkurseffekte	11,7	11,4
Akquisitionen/Divestments	7,4	6,6
<b>Organisch</b>	<b>4,3</b>	<b>4,8</b>
Davon Preis	0,5	1,4
Davon Menge	3,8	3,4

<sup>1</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Der Unternehmensbereich **Laundry & Home Care** erreichte im zweiten Quartal ein gutes organisches Umsatzwachstum. Mit 1.314 Mio Euro erreichten wir den höchsten absoluten Quartalsumsatz. Das bereinigte betriebliche Ergebnis stieg zweistellig. Die bereinigte Umsatzrendite verzeichnete einen starken Anstieg. Damit konnten wir unseren profitablen

Wachstumskurs auch im zweiten Quartal 2015 erfolgreich fortsetzen.

Im Folgenden kommentieren wir die organische Umsatzentwicklung:

Organisch – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – konnten wir den Umsatz gegenüber dem zweiten Quartal des Vorjahres um 4,3 Prozent steigern. Dieses Wachstum lag erneut über dem unserer relevanten Märkte, so dass wir unsere Marktanteile weiter ausbauen konnten.

Haupttreiber für das gute organische Umsatzwachstum waren unsere Wachstumsmärkte, die sich sehr stark entwickelten. Sowohl die Region Osteuropa als auch Lateinamerika trugen mit einem zweistelligen Wachstum dazu bei. Die Region Afrika/Nahost erreichte ein gutes Wachstum.

### Innovation



#### Persil Power-Mix Caps

Mit den neuen Persil Power-Mix Caps setzt Persil neue Maßstäbe im dynamisch wachsenden Segment der vordosierten Waschmittel. Die einzigartige Kombination aus Universal-Gel und Kraft-Pulver, vereint in einem praktischen Zwei-Kammer-Cap, bietet die beste Reinigungskraft im Segment bei bleichbaren Fleckenarten wie Rotwein, Kaffee oder Heidelbeersaft. Die neuen Persil Power-Mix Caps werden in mehr als 20 Ländern in West- und Osteuropa eingeführt. [www.persil.nl](http://www.persil.nl)

Weitere Informationen zu den Produktneuheiten des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care finden Sie im Internet: [www.henkel.de/produkte-marken](http://www.henkel.de/produkte-marken)

Die reifen Märkte verzeichneten ein positives Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahresquartal, vor allem gestützt durch die Entwicklung in Westeuropa. Insbesondere Deutschland trug mit einem guten Wachstum dazu bei. Der Umsatz in Nordamerika entwickelte sich positiv in einem weiterhin wettbewerbsintensiven Umfeld.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) konnten wir im Vergleich zum Vorjahresquartal deutlich um 18,6 Prozent auf 225 Mio Euro steigern. Bei der bereinigten Umsatzrendite verzeichneten wir im Vergleich zum zweiten Quartal 2014 einen starken Anstieg um 0,5 Prozentpunkte auf 17,1 Prozent. Durch fortgesetzte Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung in Produktion und Supply Chain ist es uns gelungen, die Effekte eines anhaltend starken Promotions- und Preiswettbewerbs zu kompensieren und die Bruttomarge zu erhöhen. Darüber hinaus wirkten sich rückläufige Preise für direkte Materialien positiv aus. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) lag mit 21,0 Prozent unter dem Niveau des Vorjahresquartals, vor allem beeinflusst durch den Kapitaleffekt der Akquisitionen im Jahr 2014 und durch Währungskurseffekte. Das Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz erreichte weiterhin ein niedriges Niveau von -3,1 Prozent; es lag jedoch aufgrund der im Jahr 2014 getätigten Akquisitionen leicht über dem des Vorjahresquartals.

Zahlreiche Innovationen stärkten unsere Geschäftsfelder:

Im Geschäftsfeld *Waschmittel* (Laundry Care) erzielten wir im zweiten Quartal ein gutes organisches Wachstum. Kerntreiber dieser guten Entwicklung sind unsere Universalwaschmittel. Insbesondere unsere Kernmarke Persil entwickelte sich sehr positiv. Unsere Weichspüler verzeichneten ein sehr starkes Wachstum.

Im Bereich der Premium-Waschmittel haben wir in West- und Osteuropa im schnell wachsenden Segment für vordosierte Waschmittel die neuen Persil Power-Mix Caps eingeführt. Diese kombinieren die Produktvorteile von Pulver und Gel in einer einzigen vordosierten Waschmittelkapsel. Die Kapseln garantieren die beste Reinigungskraft in diesem Segment bei bleichbaren Fleckenarten wie Rotwein, Kaffee oder Heidelbeersaft. Die neuen Persil Power-Mix Caps sollen in diesem Jahr in weiteren Ländern eingeführt werden.

Im Segment für preisbewusste Kunden haben wir in den Wachstumsmärkten unter verschiedenen Marken eine neue und differenzierte Positionierung unserer Waschmittel eingeführt. Diese zeichnet sich durch maximale Leistung und Ergiebigkeit sowie ein neues Verpackungsdesign und eine neue Kommunikationskampagne aus. Das Konzept wird in mehr als 25 Ländern in Osteuropa, Lateinamerika und Afrika/Nahost umgesetzt unter Marken wie Pemos (in Russland), Tomi (in Ungarn) und 1-2-3 (in Mexiko).

Das Geschäftsfeld *Reinigungsmittel* (Home Care) verzeichnete im zweiten Quartal ein starkes organisches Wachstum. Unsere WC-Produkte zeigten erneut ein zweistelliges Wachstum. Unsere Handgeschirrspülmittel haben ebenfalls maßgeblich zu dem starken Wachstum beigetragen.

Aufbauend auf dem großen globalen Erfolg unserer „Superior Value Rimblocs“ im Bereich der WC-Produkte haben wir international zwei neue Varianten mit innovativen Düften eingeführt: Hawaiian Plumeria Lei und Rio Carnival.

Unser Geschäft mit Geschirrspülmitteln stärkten wir ebenfalls durch Innovationen. Im Bereich der Maschinengeschirrspülmittel haben wir die erfolgreichen Somat-Gel-Kapseln um eine Zitronen-Variante erweitert. In der Region Afrika/Nahost haben wir im Bereich der Handgeschirrspülmittel das neue Pril „100 Lemons Power“ eingeführt und mit einer sogenannten 360-Grad-Kommunikationskampagne unterstützt.

#### Top-Marken

**Persil**

**Purex**



## Beauty Care

### Wichtige Kennzahlen<sup>1</sup>

in Mio Euro	2. Q/2014	2. Q/2015	+/-	1-6/2014	1-6/2015	+/-
Umsatz	897	1.006	12,2%	1.753	1.946	11,0%
Anteil am Konzernumsatz	22%	21%		22%	21%	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	135	158	17,6%	248	291	17,3%
Bereinigtes <sup>2</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT)	145	166	14,7%	279	316	13,1%
Umsatzrendite (EBIT)	15,0%	15,7%	0,7 pp	14,2%	15,0%	0,8 pp
Bereinigte <sup>2</sup> Umsatzrendite (EBIT)	16,2%	16,5%	0,3 pp	15,9%	16,2%	0,3 pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	25,8%	23,1%	-2,7 pp	24,1%	21,7%	-2,4 pp

pp = Prozentpunkte

<sup>1</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

<sup>2</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

### Umsatzveränderung<sup>1</sup>

in Prozent	2. Q/2015	1-6/2015
Veränderung zum Vorjahr	12,2	11,0
Wechselkurseffekte	6,5	5,3
Bereinigt um Wechselkurseffekte	5,7	5,7
Akquisitionen/Divestments	3,8	3,7
<b>Organisch</b>	<b>1,9</b>	<b>2,0</b>
Davon Preis	1,6	1,9
Davon Menge	0,3	0,1

<sup>1</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Der Unternehmensbereich **Beauty Care** erzielte im zweiten Quartal zum ersten Mal mehr als eine Milliarde Euro absoluten Quartalsumsatz. Das bereinigte betriebliche Ergebnis stieg zweistellig. Gleichzeitig verzeichnete die bereinigte Umsatzrendite einen guten Anstieg. Unseren langjährigen profitablen

Wachstumskurs konnten wir somit erfolgreich fortsetzen.

Im Folgenden kommentieren wir die organische Umsatzentwicklung:

Organisch – das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – konnten wir den Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 1,9 Prozent steigern. Damit entwickelten wir uns abermals besser als unsere relevanten Märkte und konnten unsere Marktanteile weiter steigern.

Aus regionaler Sicht entwickelte sich unser Geschäft in den Wachstumsmärkten mit sehr starken Wachstumsraten weiterhin erfolgreich. In der Region Asien (ohne Japan) sowie Lateinamerika steigerten wir den Umsatz erneut im zweistelligen Bereich. Die Region Osteuropa zeigte eine starke Umsatzentwicklung.

### Innovation



#### Taft Ultimate

Mit der Einführung ihrer neuen Styling-Linie Ultimate feiert die Marke Schwarzkopf 3 Wetter Taft 60 Jahre Styling-Erfolg und Marken-Geschichte. Dank der einzigartigen Formel mit flüssigem Kristall-Glanz-Effekt und ultimativen Halt-Polymeren verleihen die Produkte einen luxuriös strahlenden Glanz und den höchsten, bisher unerreichten Taft-Halt für 100 Prozent Fixierung bis zu 48 Stunden.

[www.taft.de](http://www.taft.de)

Weitere Informationen zu den Produktneuheiten des Unternehmensbereichs Beauty Care finden Sie im Internet: [www.henkel.de/produkte-marken](http://www.henkel.de/produkte-marken)

Ein positives Umsatzwachstum konnten wir in der Region Afrika/Nahost erzielen.

Die reifen Märkte sind weiterhin geprägt von einer negativen Marktentwicklung sowie einem intensiven Preis- und Promotionswettbewerb. So blieb der Umsatz in den reifen Märkten aufgrund der Entwicklung in Westeuropa unter dem Wert des Vorjahresquartals. Die Region Nordamerika steigerte in diesem herausfordernden Wettbewerbsumfeld den Umsatz und verzeichnete ein gutes Wachstum. Die reifen Märkte der Region Asien/Pazifik entwickelten sich positiv gegenüber dem zweiten Quartal 2014.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis steigerten wir deutlich auf 166 Mio Euro. Die bereinigte Umsatzrendite erreichte erstmals 16,5 Prozent. Mittels fortgesetzter Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerungen in Produktion und Supply Chain ist es uns gelungen, die Auswirkungen des intensiven Promotions- und Preiswettbewerbs sowie negative Währungskurseffekte auf die Bruttomarge zu kompensieren und die Bruttomarge zu erhöhen. Darüber hinaus wirkten sich rückläufige Preise für direkte Materialien positiv aus. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) lag mit 23,1 Prozent währungskursbedingt unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Das Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz erreichte mit 3,9 Prozent erneut einen niedrigen Stand und lag leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals.

Zahlreiche Innovationen stärkten unsere Geschäftsfelder:

Unser *Markenartikelgeschäft* erzielte im zweiten Quartal eine gute Umsatzentwicklung. Diese wurde unterstützt durch erfolgreiche Innovationen, mit denen wir unsere Marktpositionen weiter ausbauen konnten.

Im Bereich Haarcolorationen überzeugt Syoss durch den Relaunch unserer ersten Öl-Coloration Oleo Intense. Die Hochleistungsformel mit aktivierendem Öl-Booster vereint maximale Farbtintensität, professionelle Grauabdeckung und intensive Pflege – ganz ohne Ammoniak. Weiterhin stärkten wir das Syoss-Portfolio durch die neue Colorationslinie Vibrant Colors.

Im Bereich Haarpflege haben wir unter der Marke Syoss die Varianten Anti-Haarverlust und Anti-Schuppen eingeführt. Das neue Gliss Kur Oil Nutritive ist die erste Oil-Repair-Pflege von Gliss Kur mit acht wertvollen Beauty-Ölen und Keratin, für weni-

ger Spliss. Das neue Schauma SuperPower! mit Guarana-Extrakt ist das erste Shampoo für die junge männliche Zielgruppe von Schauma.

Im Bereich Haarstyling setzt Schwarzkopf neue Maßstäbe mit der Einführung von Taft Ultimate, der ersten Styling-Serie, die den bisher stärksten Taft-Halt mit luxuriösem Kristall-Glanz-Effekt verbindet. Die neue Produktlinie Taft Carbon Kraft bietet unzerstörbar starken Halt mit Mikro-Carbon-Molekülen. Die Trendmarke Got2b bringt mit Got2b Föhnomenal ihre erste Styling-Linie für perfekte und schnelle Föhnfrisuren auf den Markt.

Im Bereich Körperpflege wurde das neue Right Guard Heat Control-Antitranspirant für Männer auf den Markt gebracht. Mit Fa Fresh & Dry haben wir das erste hochleistungsfähige Antitranspirant mit Non-Stop-Fresh-Technologie eingeführt. Zudem bieten wir mit Dial Omega Moisture eine neue Linie an, deren feuchtigkeitsspendende Formel mit Omega-Fettsäuren von Sanddorn angereichert ist.

Im Bereich der Hautpflege ergänzt Diadermine seine innovative Pflegeserie N° 110 mit dem N° 110 Serum de Beauté. Die innovative Formel mit elf Super-Anti-Ageing-Wirkstoffen bekämpft die elf Zeichen der Hautalterung erfolgreich und verjüngt die Haut sowie die Augenpartie sichtbar. Des Weiteren erweitert Diadermine sein Portfolio mit der Cellular Expert 3D-Pflege.

Im Bereich Mundpflege bietet Denivit White & Brilliant ein professionelles Whitening-Programm für strahlend weiße Zähne. Die Produkte enthalten das Pro-White-System, das selbst hartnäckige Flecken beseitigt und die Zähne um bis zu zwei Stufen aufhellt.

Unser *Friseurgeschäft* zeigte in einem weiterhin schwierigen Marktumfeld eine positive Umsatzentwicklung. Mit innovativen Produkteinführungen und trendorientierten Serviceangeboten setzen wir dauerhaft neue Impulse im Friseurmarkt. Im Color-Bereich etabliert Schwarzkopf Professional einen globalen Trend in Partnersalons weltweit. Die acht neuen Royal-Pearlescence-Farbnuancen von Igora mit multitonalen Perlmuttereffekten bieten zusätzliche Farbservices für modebewusste Kundinnen. Sexy Hair, unsere im Jahr 2014 in Nordamerika akquirierte Marke, überzeugt Friseure mit der Styling-Innovation „Big Sexy Hair Full Bloom“ für lang anhaltendes Volumen kombiniert mit einem angenehmen Frischegefühl.

#### Top-Marken

  
Schwarzkopf



syoss

## Adhesive Technologies

### Wichtige Kennzahlen<sup>1</sup>

in Mio Euro	2. Q/2014	2. Q/2015	+/-	1-6/2014	1-6/2015	+/-
Umsatz	2.069	2.343	13,3%	3.962	4.503	13,7%
Anteil am Konzernumsatz	50%	50%		49%	49%	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	346	388	12,2%	677	733	8,3%
Bereinigtes <sup>2</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT)	362	398	9,9%	681	751	10,2%
Umsatzrendite (EBIT)	16,7%	16,6%	-0,1 pp	17,1%	16,3%	-0,8 pp
Bereinigte <sup>2</sup> Umsatzrendite (EBIT)	17,5%	17,0%	-0,5 pp	17,2%	16,7%	-0,5 pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	20,7%	19,2%	-1,5 pp	20,5%	18,4%	-2,1 pp

pp = Prozentpunkte

<sup>1</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

<sup>2</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

### Umsatzveränderung<sup>1</sup>

in Prozent	2. Q/2015	1-6/2015
Veränderung zum Vorjahr	13,3	13,7
Wechselkurseffekte	9,7	9,4
Bereinigt um Wechselkurseffekte	3,6	4,3
Akquisitionen/Divestments	1,9	1,8
<b>Organisch</b>	<b>1,7</b>	<b>2,5</b>
Davon Preis	1,5	1,4
Davon Menge	0,2	1,1

<sup>1</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erzielte im zweiten Quartal ein positives organisches Umsatzwachstum. Mit 2.343 Mio Euro erreichten wir erneut den höchsten absoluten Quartalsumsatz. Das bereinigte betriebliche Ergebnis stieg im hohen einstelligen Bereich. Die bereinigte Umsatzrendite lag

mit 17,0 Prozent unter dem hohen Niveau des Vorjahresquartals.

Im Folgenden kommentieren wir die organische Umsatzentwicklung:

Das organische Umsatzwachstum – bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – betrug 1,7 Prozent. Dieser Anstieg ergab sich zum größeren Teil aus Preissteigerungen.

Aus regionaler Sicht entwickelten sich unsere Geschäfte in den Wachstumsmärkten mit einer guten Wachstumsrate weiterhin erfolgreich. Dabei erzielte die Region Afrika/Nahost ein sehr starkes Umsatzwachstum. In der Region Lateinamerika wuchsen unsere Geschäfte stark. Unsere Geschäfte in der Region Asien (ohne Japan) entwickelten sich positiv. In der Region Osteuropa verzeichneten wir

### Innovation



#### Bonderite M-NT 20120

Die neue Generation von Multi-Metall-Beschichtungen Bonderite M-NT 20120 bietet Kunden unterschiedlicher Industrien mehr Flexibilität und Effizienz bei erhöhter Nachhaltigkeit. Die phosphatfreie Vorbehandlungstechnologie schützt Oberflächen aus Stahl, Zink und Aluminium effektiv gegen Korrosion. Dank verbesserter Prozesseigenschaften sorgt Bonderite M-NT 20120 dabei für schnellere Durchlaufzeiten und reduziert Energieverbrauch und Abfälle. [www.henkelna.com/bonderite-m-nt](http://www.henkelna.com/bonderite-m-nt)

Weitere Informationen zu den Produktneuheiten des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies finden Sie im Internet: [www.henkel.de/produkte-marken](http://www.henkel.de/produkte-marken)

trotz der anhaltend schwierigen politischen Lage in Teilen der Region ein positives Umsatzwachstum.

In den reifen Märkten war die Entwicklung insgesamt positiv. Die Geschäfte in den reifen Märkten der Region Asien/Pazifik wuchsen sehr stark. Die Umsätze in der Region Westeuropa entwickelten sich positiv. In Nordamerika blieb der Umsatz dagegen leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg im hohen einstelligen Bereich auf 398 Mio Euro. Die bereinigte Umsatzrendite lag aufgrund von Investitionen in markt- und innovationsorientierte Geschäftsstrukturen mit 17,0 Prozent unter dem hohen Niveau des Vorjahresquartals. Die fortgesetzten Maßnahmen zur Kostenoptimierung in Produktion und Supply Chain haben zu einer Steigerung der Bruttomarge beigetragen. Darüber hinaus wirkten sich rückläufige Preise für direkte Materialien positiv aus. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) erreichte 19,2 Prozent und lag akquisitionsbedingt unter dem Wert des zweiten Quartals 2014. Das Netto-Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz erreichte mit 13,5 Prozent weiterhin ein niedriges Niveau, lag jedoch über dem des Vorjahresquartals. Hierzu trugen unsere getätigten Akquisitionen sowie die Geschäftsaufnahme der globalen Supply-Chain-Organisation bei.

Im Geschäftsfeld *Verpackungs- und Konsumgüterklebstoffe* verzeichneten wir eine positive Umsatzentwicklung. Unsere Geschäfte mit Klebstoffen für flexible Verpackungen leisteten hierzu einen wichtigen Beitrag. Durch den Erwerb der Novamelt GmbH mit Sitz in Wehr, Deutschland, haben wir unsere Kompetenz im Bereich Haftschnelzklebstoffe weiter ausgebaut. Novamelt bietet ein umfangreiches Sortiment spezialisierter Haftschnelzklebstoffe an, die im Wesentlichen bei selbstklebenden Etiketten und Klebändern zum Einsatz kommen.

Das Geschäftsfeld *Transport und Metall* erzielte das höchste Umsatzwachstum und zeigte im Vergleich zum Vorjahresquartal eine starke Umsatzentwicklung. Besonders dynamisch entwickelten sich hier erneut unsere Akustiklösungen und Strukturklebstoffe für die Automobilindustrie. Wachstumstreiber waren unsere maßgeschneiderten Produktinnovationen für den Automobilbau. Hierzu gehört das in Zusammenarbeit mit unseren Kunden entwickelte

Matrixharz Loctite MAX 2. Es kommt zum Beispiel in der Serienproduktion von Leichtbau-Achsen mit einer Komposit-Blattfeder im neuen Volvo XC90 zum Einsatz und ermöglicht damit eine weitere Gewichtsreduzierung des Fahrwerks.

Das Geschäftsfeld *Allgemeine Industrie* zeigte eine positive Umsatzentwicklung. Wachstumsimpulse verzeichneten wir im Bereich Wartung, Instandhaltung und Reparatur. Unter der Marke Bonderite haben wir ein innovatives Produkt für die Vorbehandlung von Metallen wie Stahl, Zink oder Aluminium eingeführt und unterstreichen damit unsere führende Rolle als Lösungsanbieter im Bereich Nachhaltigkeit: Die phosphatfreie Rezeptur ermöglicht einen nachhaltigeren und effizienteren Produktionsprozess und bietet gleichzeitig exzellenten Schutz gegen Korrosion.

Im Geschäftsfeld *Elektronik* konnten wir erneut eine gute Umsatzentwicklung erzielen. Dies ist insbesondere auf unsere Geschäfte mit Herstellern von Unterhaltungselektronik zurückzuführen. Auch unsere Geschäfte mit wärmeableitenden Produkten für die Elektronikindustrie, die wir im Jahr 2014 mit dem Erwerb der The Bergquist Company übernommen haben, erzielten ein zweistelliges Umsatzwachstum.

Das Geschäftsfeld *Klebstoffe für Konsumenten, Handwerk und Bau* zeigte eine positive Umsatzentwicklung. Mit unseren Produkten für die Bauindustrie sowie Klebstoffen für den Büro- und Bastelbedarf erzielten wir gute Umsatzzuwächse. Unter der Marke Pattex, die in diesem Jahr ihr 60-jähriges Jubiläum feiert, haben wir einen neuen Hochleistungs-Montagekleber für den Do-it-yourself-Markt eingeführt. Das Produkt ist ideal geeignet für alle Anwendungen und alle Materialien im Innen- und Außenbereich, die eine hohe Endfestigkeit verlangen.

Im Berichtszeitraum haben wir den Grundstein für unsere größte Klebstofffabrik in Indien gelegt, um unsere Produktionskapazitäten in den Wachstumsmärkten zu konsolidieren und auszubauen. Der Multi-Technologie-Standort in der Nähe von Pune wird unter anderem Kunden aus der Automobilindustrie beliefern und soll 2017 mit rund 500 Mitarbeitern in Betrieb gehen.

#### Top-Marken

**LOCTITE**

**TECHNOMELT**

**BONDERITE**

# Halbjahresfinanzbericht 2015

## Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Beschreibung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen beruht auf Angaben von IHS Global Insight.

Die Weltwirtschaft ist in den ersten sechs Monaten 2015 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um etwa 2,5 Prozent gewachsen. Die Industrieproduktion schwächte sich etwas ab und legte im selben Zeitraum nur noch um etwa 2,5 Prozent zu. Der private Konsum entwickelte sich unverändert mit einem Plus von etwa 2,5 Prozent moderat.

Im zweiten Quartal 2015 verlangsamte sich die nordamerikanische Wirtschaft. Sie wuchs in den ersten sechs Monaten 2015 um 2,5 Prozent. Westeuropas Wirtschaft wuchs moderat um etwa 1,5 Prozent. Die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland zeigte ein Wachstum von rund 1 Prozent.

Das Wirtschaftswachstum in der Region Asien (ohne Japan) verlangsamte sich auf etwa 5,5 Prozent. Sowohl in Lateinamerika als auch in Osteuropa wuchs die Wirtschaft in den ersten sechs Monaten 2015 nur geringfügig um etwa 0,5 Prozent.

Zum US-Dollar wertete der Euro in den ersten sechs Monaten 2015 gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 1,37 auf 1,12 US-Dollar ab. Weltweit sind die Verbraucherpreise um etwa 2 Prozent gestiegen. Die weltweite Arbeitslosenquote lag bei rund 7 Prozent.

## Für Henkel wichtige Branchen

Der Anstieg der privaten Konsumausgaben blieb in den ersten sechs Monaten 2015 mit etwa 2,5 Prozent moderat. Die Verbraucher in Nordamerika steigerten ihre Ausgaben im Vergleich zum ersten Halbjahr 2014 um 3 Prozent. In Westeuropa wuchsen die Kon-

sumausgaben um etwa 2 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die Konsumfreude in den Wachstumsmärkten schwächte sich mit einem Plus von rund 3 Prozent ab.

Die Industrieproduktion lag in den ersten sechs Monaten des Jahres 2015 mit etwa 2,5 Prozent auf dem Niveau des gesamtwirtschaftlichen Wachstums. Das Produktionswachstum im Transportsektor sowie in der Metallindustrie fiel im zweiten Quartal geringer aus und stieg im ersten Halbjahr 2015 um rund 3 Prozent. Die Elektronikbranche steigerte ihre Produktion um etwa 4 Prozent. Die Automobilbranche zeigte ein Produktionswachstum von rund 2 Prozent. Verhalten war die Entwicklung in konsumnahen Branchen wie der globalen Verpackungsindustrie, die eine moderate Steigerung von rund 1 Prozent zeigte.

Die weltweite Bauproduktion wuchs in den ersten sechs Monaten dieses Jahres um etwa 1,5 Prozent.

## Auswirkungen auf Henkel

Im Umfeld eines moderaten privaten Konsumklimas ist es uns gelungen, den Umsatz unserer Konsumentengeschäfte organisch zu erhöhen. Das organische Umsatzwachstum des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies lag in den Monaten Januar bis Juni 2015 mit 2,5 Prozent auf dem Niveau des Wachstums der Industrieproduktion.

Unsere Bruttomarge konnten wir im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich steigern. Hierzu trugen leicht rückläufige Preise für Rohstoffe, Verpackungen, bezogene Waren und Leistungen ebenso bei wie Einsparungen aus Kostensenkungsmaßnahmen und Effizienzverbesserungen in Produktion und Supply Chain.



## Geschäftsverlauf Januar bis Juni 2015

### Wichtige Kennzahlen<sup>1</sup>

in Mio Euro	1-6/2014	1-6/2015	+/-
Umsatz	8.066	9.125	13,1%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	1.197	1.363	13,8%
Bereinigtes <sup>2</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT)	1.293	1.475	14,0%
Umsatzrendite (EBIT)	14,8%	14,9%	0,1 pp
Bereinigte <sup>2</sup> Umsatzrendite (EBIT)	16,0%	16,2%	0,2 pp
Halbjahresüberschuss			
– auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	890	991	11,3%
Bereinigter <sup>2</sup> Halbjahresüberschuss			
– auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	951	1.068	12,3%
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	2,06	2,29	11,2%
Bereinigtes <sup>2</sup> Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	2,20	2,47	12,3%

pp = Prozentpunkte

<sup>1</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

<sup>2</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

### Ertragslage

Im ersten Halbjahr 2015 steigerten wir den Umsatz deutlich um 13,1 Prozent auf 9.125 Mio Euro. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 6,5 Prozent. Die organische Umsatzentwicklung – also bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments – zeigte mit plus 3,0 Prozent eine gute Steigerungsrate im Vergleich zum ersten Halbjahr 2014.

### Umsatzveränderung<sup>1</sup>

in Prozent	1-6/2015
Veränderung zum Vorjahr	13,1
Wechselkurseffekte	6,6
Bereinigt um Wechselkurseffekte	6,5
Akquisitionen/Divestments	3,5
Organisch	3,0
– Davon Preis	1,5
– Davon Menge	1,5

<sup>1</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

Zu dieser Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche mit einem guten organischen Umsatzwachstum bei: Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care zeigte eine organische Wachstumsrate von 4,8 Prozent. Der Unternehmensbereich Beauty Care konnte seinen Umsatz organisch um 2,0 Prozent steigern. Im Unternehmensbereich Adhesive Technologies erzielten wir ein organisches Wachstum von 2,5 Prozent.

### Preis- und Mengeneffekte im ersten Halbjahr 2015

in Prozent	Organisches Umsatzwachstum	Davon Preis	Davon Menge
Laundry & Home Care	4,8	1,4	3,4
Beauty Care	2,0	1,9	0,1
Adhesive Technologies	2,5	1,4	1,1
Henkel-Konzern	3,0	1,5	1,5

Im ersten Halbjahr 2015 kam es zu keinen wesentlichen Veränderungen mit Bezug auf die Beschreibung unserer Geschäftstätigkeiten und unserer Wettbewerbspositionen, wie wir sie im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 55 dargestellt haben.

Um unsere Strukturen kontinuierlich an unsere Märkte und Kunden anzupassen, wandten wir für Restrukturierungen 83 Mio Euro auf (im ersten Halbjahr 2014: 99 Mio Euro). Um ein skalierbares Geschäftsmodell zu schaffen, bauen wir unter anderem unsere Shared Services aus und treiben die Zusammenführung unserer Supply-Chain- und Einkaufsaktivitäten in eine integrierte globale Supply-Chain-Organisation weiter voran. Darüber hinaus führen wir die Integration der getätigten Akquisitionen fort.

Im Folgenden werden die um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen bereinigten betrieblichen Aufwands- und Ertragsposten bis zum betrieblichen Ergebnis

### Überleitung vom Umsatz zum bereinigten betrieblichen Ergebnis<sup>1</sup>

in Mio Euro	1-6/2014	%	1-6/2015	%	Veränderung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>8.066</b>	<b>100,0</b>	<b>9.125</b>	<b>100,0</b>	<b>13,1%</b>
Kosten der umgesetzten Leistungen	-4.175	-51,7	-4.683	-51,3	12,2%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>3.891</b>	<b>48,3</b>	<b>4.442</b>	<b>48,7</b>	<b>14,2%</b>
Marketing- und Vertriebsaufwendungen	-2.046	-25,4	-2.312	-25,3	13,0%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	-206	-2,6	-237	-2,7	15,0%
Verwaltungsaufwendungen	-358	-4,4	-450	-4,9	25,7%
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	12	0,1	32	0,4	-
<b>Bereinigtes betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>1.293</b>	<b>16,0</b>	<b>1.475</b>	<b>16,2</b>	<b>14,0%</b>

<sup>1</sup> Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro; Werte sind kaufmännisch gerundet.

kommentiert. Die Überleitungsrechnung sowie die Verteilung der Restrukturierungsaufwendungen auf die Kostenzeilen der Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung finden Sie auf Seite 29.

Die Kosten der umgesetzten Leistungen erhöhten sich gegenüber dem ersten Halbjahr 2014 um 12,2 Prozent auf 4.683 Mio Euro. Das Bruttoergebnis vom Umsatz steigerten wir um 14,2 Prozent auf 4.442 Mio Euro. Durch selektive Preiserhöhungen, Einsparungen aus Kostensenkungsmaßnahmen sowie Effizienzverbesserungen in Produktion und Supply Chain in Kombination mit leicht rückläufigen Preisen für direkte Materialien konnten wir die Effekte eines weiterhin intensiven Promotionswettbewerbs kompensieren und die Bruttomarge um 0,4 Prozentpunkte auf 48,7 Prozent steigern.

Die Marketing- und Vertriebsaufwendungen erhöhten sich um 13,0 Prozent von 2.046 Mio Euro auf 2.312 Mio Euro. Der Anteil am Umsatz blieb mit 25,3 Prozent leicht unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Für Forschung und Entwicklung wandten wir insgesamt 237 Mio Euro auf und erhöhten den Anteil am Umsatz mit 2,7 Prozent leicht. Die Verwaltungsaufwendungen stiegen vor allem aufgrund der getätigten Akquisitionen und aufgrund von Währungseinflüssen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf 450 Mio Euro an. In Relation zum Umsatz lagen diese mit 4,9 Prozent über dem Niveau des ersten Halbjahres 2014.

Der Saldo aus Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen in Höhe von 32 Mio Euro blieb wie im Vorjahreszeitraum auf einem insgesamt niedrigen Niveau. Der absolute Anstieg resultierte im Wesentlichen aus der Veräußerung von Zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 14,0 Prozent von 1.293 Mio Euro auf 1.475 Mio Euro. Die bereinigte Umsatzrendite des Konzerns haben wir von 16,0 auf 16,2 Prozent gesteigert. Eine starke Margenverbesserung zeigte der Unternehmensbereich Laundry & Home Care mit einer Steigerung von 0,5 Prozentpunkten von 16,6 auf 17,1 Prozent. Hierzu trug vor allem die gute Umsatzentwicklung bei gleichzeitig konsequentem Kostenmanagement bei. Der Unternehmensbereich Beauty Care zeigte eine gute Steigerung der Umsatzrendite mit 0,3 Prozentpunkten von 15,9 auf 16,2 Prozent. Dies ist zurückzuführen auf die gute Umsatzentwicklung und das konsequente Kostenmanagement. Aufgrund von Investitionen in markt- und innovationsorientierte Geschäftsstrukturen lag die Marge im Unternehmensbereich Adhesive Technologies mit 16,7 Prozent um 0,5 Prozentpunkte unter dem hohen Niveau des Vorjahreszeitraums.

Das Finanzergebnis verbesserte sich von -26 Mio Euro im ersten Halbjahr 2014 auf -20 Mio Euro im ersten Halbjahr 2015. Dies ist sowohl auf die Verbesserung des Nettozinsergebnisses als auch auf ein verbessertes Währungsergebnis zurückzuführen. Das Nettozinsergebnis verbesserte sich unter anderem aufgrund der Rückzahlung unseres Senior Bonds sowie ausgelaufener Zinsfixierungen im März 2014.

## Vergleich Prognose und Ergebnisse 2015

	Prognose für 2015	Ergebnisse erstes Halbjahr 2015
Organisches Umsatzwachstum	Henkel-Konzern: 3–5 Prozent  Laundry & Home Care: 3–5 Prozent Beauty Care: etwa 2 Prozent Adhesive Technologies: 3–5 Prozent	Henkel-Konzern: 3,0 Prozent  Laundry & Home Care: 4,8 Prozent Beauty Care: 2,0 Prozent Adhesive Technologies: 2,5 Prozent
Umsatzanteil der Wachstumsmärkte	auf Vorjahresniveau	leicht unter Vorjahresniveau
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT)	Steigerung auf etwa 16 Prozent	Steigerung auf 16,2 Prozent
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie	Steigerung um etwa 10 Prozent	Steigerung um 12,3 Prozent

Die Steuerquote betrug 24,6 Prozent (bereinigt: 25,0 Prozent).

Der Halbjahresüberschuss erhöhte sich um 12,3 Prozent von 902 Mio Euro auf 1.013 Mio Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 22 Mio Euro lag der Halbjahresüberschuss bei 991 Mio Euro (erstes Halbjahr 2014: 890 Mio Euro). Der bereinigte Halbjahresüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 1.068 Mio Euro gegenüber 951 Mio Euro im ersten Halbjahr 2014. Das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) haben wir von 2,06 Euro auf 2,29 Euro gesteigert. Bereinigt lag es bei 2,47 Euro gegenüber 2,20 Euro im Vorjahreszeitraum.

### Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf

Im Rahmen des Berichts über das Geschäftsjahr 2014 haben wir für das Geschäftsjahr 2015 die Prognose abgegeben, dass wir ein organisches Umsatzwachstum von 3 bis 5 Prozent erwarten. Darüber hinaus erwarten wir eine konstante Entwicklung des Umsatzanteils unserer Wachstumsmärkte. Für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) haben wir eine Steigerung auf etwa 16 Prozent und für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie einen Anstieg von etwa 10 Prozent (2014: 4,38 Euro) prognostiziert.

Wir bestätigen diese Prognose für das Geschäftsjahr 2015.

### Vermögenslage

Im Vergleich zum Jahresende 2014 stieg die Bilanzsumme um 1,4 Mrd Euro auf 22,4 Mrd Euro.

Im **langfristigen Vermögen** erhöhten sich die Immateriellen Vermögenswerte im Wesentlichen aufgrund von Währungseffekten um 670 Mio Euro. Im gestiegenen Sachanlagevermögen standen Investitionen in Höhe von 226 Mio Euro Abschreibungen von 161 Mio Euro gegenüber.

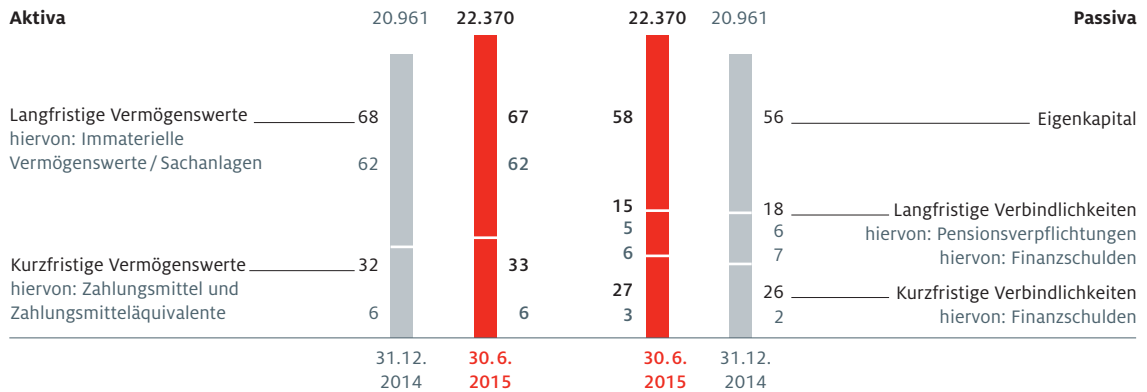
Das **kurzfristige Vermögen** stieg von 6,8 Mrd Euro auf 7,5 Mrd Euro. Einerseits wirkten sich höhere Vorräte sowie höhere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aus. Andererseits verringerten sich die Sonstigen finanziellen Vermögenswerte aufgrund der teilweisen Veräußerung unserer Wertpapiere und Terminanlagen. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erhöhten sich im Berichtszeitraum um 92 Mio Euro.

Das **Eigenkapital** einschließlich der nicht beherrschenden Anteile erhöhte sich gegenüber dem Ende des Geschäftsjahres 2014 um 1.211 Mio Euro auf 12.855 Mio Euro. Die einzelnen Einflüsse auf die Eigenkapitalentwicklung stellen wir auf Seite 30 tabellarisch dar. Eigenkapitalerhöhend wirkte sich der Halbjahresüberschuss in Höhe von 1.013 Mio Euro aus. Zudem führten positive Währungseffekte in Höhe von 611 Mio Euro zu einem Anstieg. Gegenläufig wirkte sich die Dividendenausschüttung der

### Bilanzstruktur

in Prozent

Bilanzsumme in Mio Euro



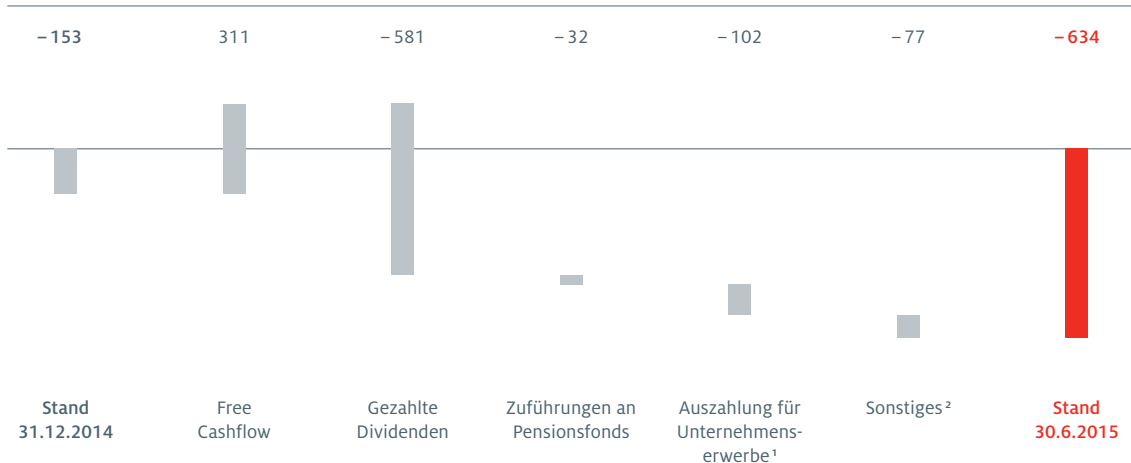
Henkel AG & Co. KGaA aus. Die Eigenkapitalquote (das Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme) ist im Vergleich zum Jahresende 2014 um 1,9 Prozentpunkte auf 57,5 Prozent gestiegen.

Die **kurzfristigen Verbindlichkeiten** sind um 0,5 Mrd Euro auf 6,1 Mrd Euro gestiegen. Hier wirkte sich im Wesentlichen die Erhöhung der Finanzschulden infolge der Dividendenzahlung im zweiten Quartal aus.

Die **langfristigen Verbindlichkeiten** sind leicht um 0,2 Mrd Euro auf 3,5 Mrd Euro gesunken. Unsere Pensionsverpflichtungen sind infolge der höheren Diskontierungszinssätze gegenüber dem Jahresende 2014 gesunken.

### Nettofinanzposition

in Mio Euro



<sup>1</sup> Einschließlich Auszahlungen für den Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen bei bestehender Kontrolle.

<sup>2</sup> Im Wesentlichen Währungskurseffekte.

Unsere **Nettofinanzposition**<sup>1</sup> beläuft sich zum 30. Juni 2015 auf –634 Mio Euro (31. Dezember 2014: –153 Mio Euro). Die Veränderung zum Vorjahr war im Wesentlichen durch gezahlte Dividenden geprägt.

### Nettofinanzposition

in Mio Euro	
2. Quartal 2014	156
3. Quartal 2014	740
4. Quartal 2014	– 153
1. Quartal 2015	10
<b>2. Quartal 2015</b>	<b>– 634</b>

Die operative Schuldendeckung lag im Berichtszeitraum aufgrund unserer weiterhin geringen Verschuldung wie bereits zum Jahresende 2014 deutlich über dem Zielwert von 50 Prozent. Auch der Zinsdeckungs-faktor hat sich, begünstigt durch das höhere betriebliche Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA), weiter verbessert.

### Finanzkennzahlen

	31.12.2014	30.6.2015
<b>Operative Schuldendeckung</b> <sup>1</sup> (Jahresüberschuss + Abschreibungen, Wertminderungen [Impairment] und Zuschreibungen + Zinsanteil Pensionsverpflichtungen) / Nettofinanzschulden und Pensionsverpflichtungen	274,8%	251,9%
<b>Zinsdeckungs-faktor</b> EBITDA / Zinsergebnis inklusive Zinsanteil Pensionsverpflichtungen	48,4	83,5
<b>Eigenkapitalquote</b> Eigenkapital / Bilanzsumme	55,6%	57,5%

<sup>1</sup> Berücksichtigung der Hybrid-Anleihe zu 50 Prozent als Fremdkapital.

### Finanzlage

Die Entwicklung der Finanzlage wird in der Konzernkapitalflussrechnung auf Seite 31 im Einzelnen dargestellt.

Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** lag im ersten Halbjahr 2015 mit 623 Mio Euro deutlich über dem Vergleichswert des Vorjahreszeitraums (379 Mio Euro). Trotz höherer Abflüsse bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wirkten sich hier neben dem gestiegenen betrieblichen Ergebnis vor allem die im Vergleich zum ersten Halbjahr 2014 höheren Zuflüsse bei den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie geringere Abflüsse bei den Vorräten sowie anderen Verbindlichkeiten und Rückstellungen aus.

Das Netto-Umlaufvermögen<sup>2</sup> bezogen auf die Umsatzerlöse hat sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 0,6 Prozentpunkte auf 6,6 Prozent erhöht.

Der Mittelabfluss im **Cashflow aus Investitionstätigkeit** (–294 Mio Euro) lag trotz gestiegener Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen unter dem Wert des Vorjahreszeitraums (–540 Mio Euro). Dies ist auf die im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gesunkenen Investitionen in Tochterunternehmen und sonstige Geschäftseinheiten sowie die höheren Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten zurückzuführen.

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** lag mit –299 Mio Euro im ersten Halbjahr 2015 trotz des im März 2014 zurückgezahlten Senior Bonds unter dem Vergleichswert des Vorjahreszeitraums (33 Mio Euro). Diese Entwicklung war im Wesentlichen geprägt durch geringere Erlöse aus der Veräußerung kurzfristiger Wertpapiere und Terminanlagen, eine geringere Aufnahme von Commercial Paper, höhere Dividendenzahlungen sowie gestiegene Auszahlungen für den Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen bei bestehender Kontrolle.

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** sind im Vergleich zum 31. Dezember 2014 um 92 Mio Euro auf 1.320 Mio Euro gestiegen.

Der Anstieg des **Free Cashflows** auf 311 Mio Euro wurde im Vergleich zum ersten Halbjahr 2014 (152 Mio Euro) durch den deutlich höheren Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit geprägt.

<sup>1</sup> Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zuzüglich kurzfristig monetisierbarer, als „Zur Veräußerung verfügbar“ oder nach der „Fair Value Option“ klassifizierter Finanzinstrumente abzüglich der Finanzschulden sowie zuzüglich positiver und abzüglich negativer Marktwerte der Sicherungsgeschäfte.

<sup>2</sup> Vorräte zuzüglich geleisteter Anzahlungen und Forderungen gegen Kunden und Lieferanten abzüglich Verbindlichkeiten gegenüber Kunden und Lieferanten sowie kurzfristiger Vertriebsrückstellungen.

## Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen bestehender Geschäfte betragen 226 Mio Euro nach 173 Mio Euro im ersten Halbjahr 2014. In Immaterielle Vermögenswerte haben wir 55 Mio Euro investiert (Vorjahreszeitraum: 23 Mio Euro). Rund zwei Drittel der Investitionssumme haben wir für Erweiterungsinvestitionen, Innovationen und Rationalisierungsmaßnahmen aufgewendet, zum Beispiel für den Ausbau unserer Produktionskapazität, die Einführung innovativer Produktlinien sowie für die Optimierung unserer Produktionsstruktur und unserer Geschäftsprozesse.

Große Einzelprojekte des Jahres 2015 waren bisher:

- Ausbau der Produktionskapazität für Toiletten-Duftspüler in Kruševac, Serbien (Laundry & Home Care),
- Ausbau der Produktionskapazität für Shampoo- und Duschbad-Produkte in Wassertrüdingen, Deutschland (Beauty Care),
- Konsolidierung von Produktionsstandorten sowie Ausbau der Produktionskapazität in China (Adhesive Technologies),
- Errichtung einer Fabrik zur Herstellung von Bautechnik-Produkten in Bileća, Bosnien und Herzegowina (Adhesive Technologies),
- globale Optimierung der Supply Chain sowie Konsolidierung und Optimierung der IT-Systemlandschaft zur Steuerung von Geschäftsprozessen.

Regional verteilten sich die Investitionen größtenteils auf Westeuropa, Osteuropa sowie Asien/Pazifik.

### Investitionen im ersten Halbjahr 2015

in Mio Euro	Bestehendes Geschäft	Akquisitionen	Gesamt
Immaterielle Vermögenswerte	55	36	91
Sachanlagen	226	8	234
<b>Summe</b>	<b>281</b>	<b>44</b>	<b>325</b>

## Akquisitionen und Divestments

Mit Wirkung zum 11. Mai 2015 haben wir mit der Colgate-Palmolive Company eine Vereinbarung über den Kauf aller Waschmittelmarken sowie Waschhilfsmittel des Unternehmens in Australien, Neuseeland und auf Fidschi abgeschlossen. Diese Akquisition ist Teil unserer globalen Strategie, in reifen Märkten gezielt in attraktive Kategoriepositionen zu investieren.

Mit Wirkung zum 1. Juni 2015 haben wir den Erwerb aller Anteile an der Novamelt GmbH abgeschlossen und somit unser Geschäft mit Haftschmelzklebstoffen im Unternehmensbereich Adhesive Technologies erweitert.

Am 29. Mai 2015 haben wir 19 Mio Euro zum Erwerb von ausstehenden nicht beherrschenden Anteilen an der Henkel (Jiangsu) Auto Parts Co. Ltd., Danyang, China, aufgewendet und unseren Anteilsbesitz auf 100 Prozent erhöht.

Am 18. Juni 2015 haben wir 26 Mio Euro zum Erwerb von ausstehenden nicht beherrschenden Anteilen an der Henkel Chembond Surface Technologies Ltd., Navi Mumbai, Indien, aufgewendet und unseren Anteilsbesitz auf 100 Prozent erhöht.

Weitere Details erläutern wir in den ausgewählten Anhangangaben auf Seite 35. Es ergaben sich keine Änderungen in der Geschäfts- und Organisationsstruktur. Für eine ausführliche Darstellung der Organisation und Geschäftstätigkeit verweisen wir auf die entsprechenden Ausführungen im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 55.

Unser Langfrist-Rating liegt weiterhin bei „A flat“ (Standard & Poor's) beziehungsweise „A2“ (Moody's). Diese sind auch unsere Ziel-Ratings. Bei der Evaluierung von möglichen Akquisitionen werden wir auch zukünftig darauf achten, sie nicht zu gefährden.

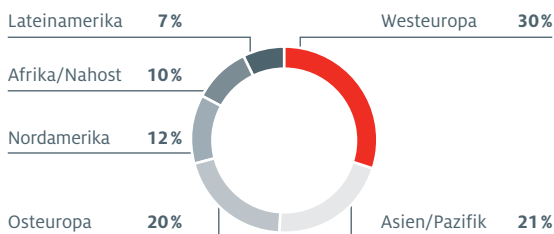
# Nachtragsbericht

## Mitarbeiter

Am 30. Juni 2015 beschäftigten wir rund 50.200 Mitarbeiter (31. Dezember 2014: 49.750).

Der Zuwachs im ersten Halbjahr 2015 ergibt sich aus der Akquisition von Novamelt und der Erhöhung unserer Mitarbeiterzahlen in den Wachstumsmärkten, vor allem im Unternehmensbereich Adhesive Technologies. Darüber hinaus haben wir unsere Shared Service Center weiter ausgebaut.

### Mitarbeiter nach Regionen



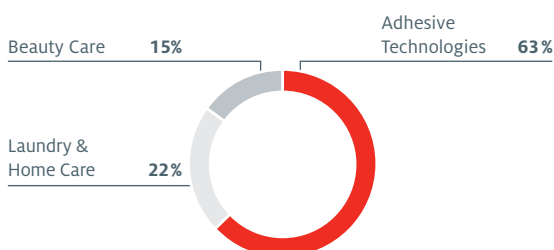
Stand: 30.6.2015

## Forschung und Entwicklung

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres betrug unsere Aufwendungen für Forschung und Entwicklung 241 Mio Euro (bereinigt um Restrukturierungsaufwendungen: 237 Mio Euro) nach 207 Mio Euro (bereinigt: 206 Mio Euro) im Vorjahreszeitraum. In Relation zum Umsatz sind die Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,1 Prozentpunkte gestiegen. Die Quote lag bei 2,7 Prozent (bereinigt: 2,7 Prozent).

Die Entwicklung von innovativen Produkten spielt für uns eine zentrale Rolle. Die im Geschäftsbericht 2014 ab Seite 81 beschriebene Forschungs- und Entwicklungsstrategie hat sich nicht verändert.

### F&E-Aufwand nach Unternehmensbereichen



Mit Wirkung zum 16. Juli 2015 haben wir die Übernahme des Haarstyling-Geschäfts und der damit verbundenen Marken von Industrias Wet Line S.A. de C.V. in Lateinamerika abgeschlossen. Der Kaufpreis betrug 53 Mio Euro. Die Akquisition ist Ausdruck unserer Strategie, die Präsenz in unseren Wachstumsmärkten weiter zu stärken. Eine geprüfte Schlussbilanz liegt uns zum Zeitpunkt der Aufstellung des Quartalsfinanzberichts nicht vor. Weitergehende Angaben nach IFRS 3 können daher nicht gemacht werden.

# Ausblick

Der Ausblick zur Entwicklung der Weltwirtschaft beruht auf Daten von IHS Global Insight.

Für das Jahr 2015 erwarten wir eine Abschwächung des Weltwirtschaftswachstums und gehen von einem moderaten Anstieg des Bruttoinlandsprodukts von etwa 2,5 Prozent aus.

Für die reifen Märkte rechnen wir mit einem Wachstum von etwa 2 Prozent. Die nordamerikanische Wirtschaft wird sich schwächer entwickeln als bisher vorhergesehen und voraussichtlich um etwa 2 Prozent wachsen. Für Westeuropa rechnen wir mit einem Wachstum von etwa 1,5 Prozent für das Gesamtjahr. Die japanische Wirtschaft wird weiterhin um etwa 1 Prozent wachsen.

Die Wachstumsmärkte werden auch 2015 wieder ein vergleichsweise robustes Wirtschaftswachstum von etwa 4 Prozent erzielen. In Asien (ohne Japan) gehen wir von einer Erhöhung der Wirtschaftsleistung um rund 6 Prozent aus und in der Region Afrika/Nahost von einer Steigerung um etwa 3 Prozent. In Lateinamerika wird im Jahr 2015 eine konstante Wirtschaftsleistung angenommen. Aufgrund des anhaltenden Konflikts zwischen Russland und der Ukraine gehen wir für das Jahr 2015 in Osteuropa weiterhin von einer Stagnation aus.

Die Inflation wird 2015 weltweit bei rund 2 Prozent liegen. Während wir für die reifen Märkte von einem konstanten Preisniveau ausgehen, rechnen wir in den Wachstumsmärkten mit einer Inflation von durchschnittlich etwa 5 Prozent.

Wir erwarten, dass der private Konsum im Jahr 2015 weltweit etwas schwächer als bisher angenommen steigen wird, und zwar um etwa 2,5 Prozent. In den reifen Märkten werden die Konsumenten rund 2 Prozent mehr ausgeben als im Vorjahr. Die Wachstumsmärkte werden sich 2015 mit einem Plus von etwa 3 Prozent geringfügig konsumfreudiger zeigen.

Die Industrieproduktion wird etwas niedriger als bisher prognostiziert weltweit um etwa 3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr wachsen und damit leicht stärker als die Gesamtwirtschaft expandieren.

Für die Transport- und Metallindustrie rechnen wir mit einem Plus von etwa 3 Prozent. Die Produktion der für Henkel wichtigen Abnehmerbranche Elektronik wird um rund 5 Prozent steigen und damit über dem

Niveau von 2014 wachsen. Für konsumnahe Branchen wie die globale Verpackungsindustrie erwarten wir auch im Jahr 2015 ein Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich.

Für die weltweite Bauwirtschaft erwarten wir ein Produktionsplus unter dem Niveau des Vorjahres von rund 2 Prozent.

## Chancen und Risiken

Im Hinblick auf Verfahren verschiedener Kartellbehörden in Europa, in die neben Henkel auch andere Konsumgüterhersteller und Handelsunternehmen einbezogen sind, verweisen wir auf die Erläuterungen im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 147. Das am 18. Dezember 2014 von der französischen Kartellbehörde festgelegte Bußgeld in Höhe von 109 Mio Euro haben wir am 15. Mai 2015 vorläufig bezahlt. Eine Entscheidung über die von uns eingelegten Rechtsmittel hinsichtlich der Höhe des Bußgelds steht noch aus. Im laufenden Kartellverfahren in Belgien wurde eine Einigung mit der belgischen Kartellbehörde erzielt. Henkel wird in diesem Zusammenhang eine Zahlung in Höhe von rund 6 Mio Euro leisten.

Im Berichtszeitraum haben wir keine weiteren bedeutsamen Risiken und Chancen identifiziert, die über die Risiken und Chancen hinausgehen, die in unserem Geschäftsbericht 2014 auf den Seiten 102 bis 107 dargestellt sind.

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts sind keine Risiken im Zusammenhang mit der zukünftigen Entwicklung erkennbar, die den Fortbestand der Henkel AG & Co. KGaA, eines wesentlichen einbezogenen Unternehmens oder des Konzerns gefährden könnten.

## Ausblick des Henkel-Konzerns 2015

Im Geschäftsjahr 2015 erwarten wir weiterhin für den Henkel-Konzern ein organisches Umsatzwachstum von 3 bis 5 Prozent. Wir gehen davon aus, dass das Wachstum der Unternehmensbereiche Adhesive Technologies und Laundry & Home Care jeweils in dieser Bandbreite liegen wird. Für den Unternehmensbereich Beauty Care erwarten wir ein Wachstum von etwa 2 Prozent.



Wir erwarten darüber hinaus unverändert eine konstante Entwicklung des Umsatzanteils unserer Wachstumsmärkte.

Wir bestätigen unsere Prognose für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT). Gegenüber 2014 erwarten wir eine Steigerung auf etwa 16 Prozent (2014: 15,8 Prozent) und gehen davon aus, dass alle Unternehmensbereiche dazu beitragen werden. Wir erwarten einen Anstieg des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie von etwa 10 Prozent (2014: 4,38 Euro).

Die Basis dafür bildet unsere starke Wettbewerbsposition. Diese werden wir mit unserer Innovationskraft, unseren starken Marken und führenden Marktpositionen sowie der Qualität unseres Portfolios festigen und ausbauen. Unsere Marktposition und Anpassungen unserer Strukturen an sich stetig ändernde Marktverhältnisse werden zusammen mit der erwarteten Umsatzsteigerung unsere Ergebnisse positiv beeinflussen.

Darüber hinaus haben wir für 2015 unverändert die folgenden Erwartungen:

- stabile Preise für Rohstoffe, Verpackungen, bezogene Waren und Leistungen,
- Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 150 Mio Euro bis 200 Mio Euro,
- Investitionen in Sachanlagen und Immaterielle Vermögenswerte zwischen 550 Mio Euro und 600 Mio Euro.

# Konzernzwischenabschluss

## Konzernbilanz

### Aktiva

in Mio Euro	30.6.2014	%	31.12.2014	%	30.6.2015	%
Immaterielle Vermögenswerte	8.574	44,4	10.590	50,5	11.260	50,3
Sachanlagen	2.282	11,8	2.461	11,8	2.609	11,7
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	173	0,9	114	0,5	62	0,3
Ertragsteuererstattungsansprüche	6	-	7	-	7	-
Übrige Vermögenswerte	114	0,6	140	0,7	138	0,7
Aktive latente Steuern	693	3,6	838	4,0	814	3,6
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>11.842</b>	<b>61,3</b>	<b>14.150</b>	<b>67,5</b>	<b>14.890</b>	<b>66,6</b>
Vorräte	1.657	8,6	1.671	8,0	1.814	8,1
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.779	14,4	2.747	13,1	3.334	14,9
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	1.694	8,7	676	3,2	503	2,3
Ertragsteuererstattungsansprüche	111	0,6	174	0,8	179	0,8
Übrige Vermögenswerte	301	1,5	284	1,4	319	1,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	922	4,8	1.228	5,9	1.320	5,9
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	19	0,1	31	0,1	11	-
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>7.483</b>	<b>38,7</b>	<b>6.811</b>	<b>32,5</b>	<b>7.480</b>	<b>33,4</b>
<b>Aktiva insgesamt</b>	<b>19.325</b>	<b>100,0</b>	<b>20.961</b>	<b>100,0</b>	<b>22.370</b>	<b>100,0</b>

**Passiva**

in Mio Euro	30.6.2014	%	31.12.2014	%	30.6.2015	%
Gezeichnetes Kapital	438	2,3	438	2,1	438	2,0
Kapitalrücklage	652	3,4	652	3,1	652	2,9
Eigene Aktien	-91	-0,5	-91	-0,4	-91	-0,4
Gewinnrücklagen	10.798	55,8	11.396	54,4	12.017	53,6
Sonstige Bestandteile des Eigenkapitals	-1.487	-7,7	-887	-4,3	-300	-1,3
<b>Eigenkapital der Aktionäre der Henkel AG &amp; Co. KGaA</b>	<b>10.310</b>	<b>53,3</b>	<b>11.508</b>	<b>54,9</b>	<b>12.716</b>	<b>56,8</b>
Nicht beherrschende Anteile	109	0,6	136	0,7	139	0,7
<b>Eigenkapital</b>	<b>10.419</b>	<b>53,9</b>	<b>11.644</b>	<b>55,6</b>	<b>12.855</b>	<b>57,5</b>
Pensionsverpflichtungen	1.021	5,3	1.262	6,0	1.006	4,5
Ertragsteuerrückstellungen	64	0,3	84	0,4	80	0,4
Sonstige Rückstellungen	364	1,9	380	1,8	406	1,7
Finanzschulden	1.367	7,1	1.354	6,5	1.327	5,9
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2	-	1	-	1	-
Übrige Verbindlichkeiten	13	0,1	13	0,1	12	0,1
Passive latente Steuern	441	2,3	628	3,0	619	2,8
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>3.272</b>	<b>17,0</b>	<b>3.722</b>	<b>17,8</b>	<b>3.451</b>	<b>15,4</b>
Ertragsteuerrückstellungen	205	1,1	251	1,2	286	1,3
Sonstige Rückstellungen	1.268	6,5	1.513	7,2	1.420	6,4
Finanzschulden	898	4,6	390	1,9	708	3,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.900	15,0	3.046	14,4	3.226	14,4
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	86	0,4	117	0,6	72	0,3
Übrige Verbindlichkeiten	262	1,4	268	1,3	342	1,5
Ertragsteuerverbindlichkeiten	15	0,1	10	-	10	-
Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten	-	-	-	-	-	-
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>5.634</b>	<b>29,1</b>	<b>5.595</b>	<b>26,6</b>	<b>6.064</b>	<b>27,1</b>
<b>Passiva insgesamt</b>	<b>19.325</b>	<b>100,0</b>	<b>20.961</b>	<b>100,0</b>	<b>22.370</b>	<b>100,0</b>

## Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung

in Mio Euro	2. Q/2014	%	2. Q/2015	%	Veränderung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>4.137</b>	<b>100,0</b>	<b>4.695</b>	<b>100,0</b>	<b>13,5%</b>
Kosten der umgesetzten Leistungen <sup>1</sup>	- 2.210	- 53,4	- 2.439	- 51,9	10,4%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>1.927</b>	<b>46,6</b>	<b>2.256</b>	<b>48,1</b>	<b>17,1%</b>
Marketing- und Vertriebsaufwendungen <sup>1</sup>	- 1.025	- 24,8	- 1.185	- 25,3	15,6%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen <sup>1</sup>	- 103	- 2,5	- 122	- 2,7	18,4%
Verwaltungsaufwendungen <sup>1</sup>	- 216	- 5,2	- 241	- 5,1	11,6%
Sonstige betriebliche Erträge	17	0,4	31	0,7	82,4%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 11	- 0,3	- 24	- 0,5	118,2%
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>589</b>	<b>14,2</b>	<b>715</b>	<b>15,2</b>	<b>21,4%</b>
Zinsertrag <sup>2</sup>	10	0,3	9	0,2	- 10,0%
Zinsaufwand <sup>2</sup>	- 8	- 0,2	- 12	- 0,3	50,0%
Sonstiges Finanzergebnis <sup>2</sup>	- 13	- 0,3	- 7	- 0,1	- 46,2%
Beteiligungsergebnis	-	-	- 1	-	-
<b>Finanzergebnis</b>	<b>- 11</b>	<b>- 0,2</b>	<b>- 11</b>	<b>- 0,2</b>	<b>-</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>578</b>	<b>14,0</b>	<b>704</b>	<b>15,0</b>	<b>21,8%</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	- 132	- 3,2	- 173	- 3,7	31,1%
<i>Steuerquote in %</i>	<i>22,8</i>		<i>24,6</i>		
<b>Quartalsüberschuss</b>	<b>446</b>	<b>10,8</b>	<b>531</b>	<b>11,3</b>	<b>19,1%</b>
- auf nicht beherrschende Anteile entfallend	- 5	- 0,1	- 10	- 0,2	100,0%
- auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	441	10,7	521	11,1	18,1%
Ergebnis je Stammaktie – unverwässert und verwässert	in Euro	1,02	1,20		17,6%
Ergebnis je Vorzugsaktie – unverwässert und verwässert	in Euro	1,02	1,20		17,6%

### Freiwillige Zusatzinformation

in Mio Euro		2. Q/2014	2. Q/2015	Veränderung
<b>EBIT (wie berichtet)</b>		<b>589</b>	<b>715</b>	<b>21,4%</b>
Einmalige Erträge		- 3	-	-
Einmalige Aufwendungen		17	24 <sup>3</sup>	-
Restrukturierungsaufwendungen		71	29	-
<b>Bereinigter EBIT</b>		<b>674</b>	<b>768</b>	<b>14,0%</b>
<i>Bereinigte Umsatzrendite</i>	<i>in %</i>	<i>16,3</i>	<i>16,4</i>	<i>0,1 pp</i>
<i>Bereinigte Steuerquote</i>	<i>in %</i>	<i>24,0</i>	<i>25,1</i>	<i>1,1 pp</i>
<b>Bereinigter Quartalsüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG &amp; Co. KGaA</b>		<b>499</b>	<b>558</b>	<b>11,8%</b>
<b>Bereinigtes Ergebnis je Stammaktie</b>	<b>in Euro</b>	<b>1,16</b>	<b>1,29</b>	<b>11,2%</b>
<b>Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie</b>	<b>in Euro</b>	<b>1,16</b>	<b>1,29</b>	<b>11,2%</b>

<sup>1</sup> Restrukturierungsaufwendungen im zweiten Quartal 2015: 29 Mio Euro (im zweiten Quartal 2014: 71 Mio Euro), davon: Kosten der umgesetzten Leistungen 9 Mio Euro (im zweiten Quartal 2014: 42 Mio Euro), Marketing- und Vertriebsaufwendungen 12 Mio Euro (im zweiten Quartal 2014: 9 Mio Euro), Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen 2 Mio Euro (im zweiten Quartal 2014: 1 Mio Euro), Verwaltungsaufwendungen 6 Mio Euro (im zweiten Quartal 2014: 19 Mio Euro).

<sup>2</sup> Vorjahreszahlen vergleichbar dargestellt (siehe Erläuterungen auf Seite 34).

<sup>3</sup> 11 Mio Euro Aufwendungen aus der Optimierung unserer IT-Systemlandschaft zur Steuerung der Geschäftsprozesse sowie 13 Mio Euro Aufwendungen für Rückstellungen aus Rechtsstreitigkeiten.

## Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung

in Mio Euro	1-6/2014	%	1-6/2015	%	Veränderung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>8.066</b>	<b>100,0</b>	<b>9.125</b>	<b>100,0</b>	<b>13,1%</b>
Kosten der umgesetzten Leistungen <sup>1</sup>	-4.226	-52,4	-4.703	-51,5	11,3%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>3.840</b>	<b>47,6</b>	<b>4.422</b>	<b>48,5</b>	<b>15,2%</b>
Marketing- und Vertriebsaufwendungen <sup>1</sup>	-2.058	-25,5	-2.351	-25,8	14,2%
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen <sup>1</sup>	-207	-2,6	-241	-2,7	16,4%
Verwaltungsaufwendungen <sup>1</sup>	-418	-5,2	-486	-5,3	16,3%
Sonstige betriebliche Erträge	67	0,8	61	0,7	-9,0%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-27	-0,3	-42	-0,5	55,6%
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>1.197</b>	<b>14,8</b>	<b>1.363</b>	<b>14,9</b>	<b>13,8%</b>
Zinsertrag <sup>2</sup>	19	0,2	17	0,2	-10,5%
Zinsaufwand <sup>2</sup>	-27	-0,3	-23	-0,3	-14,8%
Sonstiges Finanzergebnis <sup>2</sup>	-24	-0,3	-13	-0,1	-45,8%
Beteiligungsergebnis	6	0,1	-1	-	-
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-26</b>	<b>-0,3</b>	<b>-20</b>	<b>-0,2</b>	<b>-23,1%</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>1.171</b>	<b>14,5</b>	<b>1.343</b>	<b>14,7</b>	<b>14,7%</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-269	-3,3	-330	-3,6	22,7%
<i>Steuerquote in %</i>	<i>23,0</i>		<i>24,6</i>		
<b>Halbjahresüberschuss</b>	<b>902</b>	<b>11,2</b>	<b>1.013</b>	<b>11,1</b>	<b>12,3%</b>
– auf nicht beherrschende Anteile entfallend	-12	-0,2	-22	-0,2	83,3%
– auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	890	11,0	991	10,9	11,3%
Ergebnis je Stammaktie – unverwässert und verwässert	in Euro	2,05	2,28		11,2%
Ergebnis je Vorzugsaktie – unverwässert und verwässert	in Euro	2,06	2,29		11,2%

### Freiwillige Zusatzinformation

in Mio Euro	1-6/2014	1-6/2015	Veränderung	
<b>EBIT (wie berichtet)</b>	<b>1.197</b>	<b>1.363</b>	<b>13,8%</b>	
Einmalige Erträge	-28	-	-	
Einmalige Aufwendungen	25	29 <sup>3</sup>	-	
Restrukturierungsaufwendungen	99	83	-	
<b>Bereinigter EBIT</b>	<b>1.293</b>	<b>1.475</b>	<b>14,0%</b>	
<i>Bereinigte Umsatzrendite</i>	<i>in %</i>	<i>16,0</i>	<i>16,2</i>	<i>0,2 pp</i>
<i>Bereinigte Steuerquote</i>	<i>in %</i>	<i>24,0</i>	<i>25,0</i>	<i>1,0 pp</i>
<b>Bereinigter Halbjahresüberschuss – Anteil der Aktionäre der Henkel AG &amp; Co. KGaA</b>	<b>951</b>	<b>1.068</b>	<b>12,3%</b>	
<b>Bereinigtes Ergebnis je Stammaktie</b>	<b>in Euro</b>	<b>2,19</b>	<b>2,46</b>	<b>12,3%</b>
<b>Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie</b>	<b>in Euro</b>	<b>2,20</b>	<b>2,47</b>	<b>12,3%</b>

<sup>1</sup> Restrukturierungsaufwendungen im ersten Halbjahr 2015: 83 Mio Euro (im ersten Halbjahr 2014: 99 Mio Euro), davon: Kosten der umgesetzten Leistungen 20 Mio Euro (im ersten Halbjahr 2014: 51 Mio Euro), Marketing- und Vertriebsaufwendungen 39 Mio Euro (im ersten Halbjahr 2014: 12 Mio Euro), Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen 4 Mio Euro (im ersten Halbjahr 2014: 1 Mio Euro), Verwaltungsaufwendungen 20 Mio Euro (im ersten Halbjahr 2014: 35 Mio Euro).

<sup>2</sup> Vorjahreszahlen vergleichbar dargestellt (siehe Erläuterungen auf Seite 34).

<sup>3</sup> 16 Mio Euro Aufwendungen aus der Optimierung unserer IT-Systemlandschaft zur Steuerung der Geschäftsprozesse sowie 13 Mio Euro Aufwendungen für Rückstellungen aus Rechtsstreitigkeiten.

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung

in Mio Euro	2. Q/2014	2. Q/2015	1-6/2014	1-6/2015
<b>Quartalsüberschuss / Halbjahresüberschuss</b>	<b>446</b>	<b>531</b>	<b>902</b>	<b>1.013</b>
<i>Zu reklassifizierende Ergebnisse:</i>				
Unterschied aus Währungsumrechnung	102	- 364	32	611
Gewinne aus derivativen Finanzinstrumenten (Hedge-Rücklage gemäß IAS 39)	- 4	-	- 4	- 15
Gewinne aus Finanzinstrumenten der Kategorie „zur Veräußerung verfügbar“ (Rücklage „zur Veräußerung verfügbar“)	-	1	1	-
<i>Nicht zu reklassifizierende Ergebnisse:</i>				
Neubewertung aus leistungsorientierten Versorgungsplänen	- 62	214	- 134	228
<b>Sonstiges Ergebnis (nach Steuern)</b>	<b>36</b>	<b>- 149</b>	<b>- 105</b>	<b>824</b>
<b>Gesamtergebnis der Periode</b>	<b>482</b>	<b>382</b>	<b>797</b>	<b>1.837</b>
- auf nicht beherrschende Anteile entfallend	8	3	12	31
- auf Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA entfallend	474	379	785	1.806

## Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

in Mio Euro	Gezeichnetes Kapital			Eigene Aktien	Gewinnrücklagen	Sonstige Bestandteile des Eigenkapitals			Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA	Nicht beherrschende Anteile	Gesamt
	Stammaktien	Vorzugsaktien	Kapitalrücklage			Währungsumrechnung	Hedge-Rücklage gemäß IAS 39	Rücklage „zur Veräußerung verfügbar“			
<b>Stand 31.12.2013 / 1.1.2014</b>	<b>260</b>	<b>178</b>	<b>652</b>	<b>- 91</b>	<b>10.561</b>	<b>- 1.336</b>	<b>- 182</b>	<b>2</b>	<b>10.044</b>	<b>114</b>	<b>10.158</b>
Halbjahresüberschuss	-	-	-	-	890	-	-	-	890	12	902
Sonstiges Ergebnis	-	-	-	-	- 134	32	- 4	1	- 105	-	- 105
<b>Gesamtergebnis der Periode</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>756</b>	<b>32</b>	<b>- 4</b>	<b>1</b>	<b>785</b>	<b>12</b>	<b>797</b>
Ausschüttungen	-	-	-	-	- 525	-	-	-	- 525	- 15	- 540
Verkauf eigener Aktien	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Änderungen der Beteiligungsquote an Tochterunternehmen bei bestehender Kontrolle	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstige neutrale Veränderungen	-	-	-	-	6	-	-	-	6	- 2	4
<b>Stand 30.6.2014</b>	<b>260</b>	<b>178</b>	<b>652</b>	<b>- 91</b>	<b>10.798</b>	<b>- 1.304</b>	<b>- 186</b>	<b>3</b>	<b>10.310</b>	<b>109</b>	<b>10.419</b>
<b>Stand 31.12.2014 / 1.1.2015</b>	<b>260</b>	<b>178</b>	<b>652</b>	<b>- 91</b>	<b>11.396</b>	<b>- 723</b>	<b>- 167</b>	<b>3</b>	<b>11.508</b>	<b>136</b>	<b>11.644</b>
Halbjahresüberschuss	-	-	-	-	991	-	-	-	991	22	1.013
Sonstiges Ergebnis	-	-	-	-	228	602	- 15	-	815	9	824
<b>Gesamtergebnis der Periode</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.219</b>	<b>602</b>	<b>- 15</b>	<b>-</b>	<b>1.806</b>	<b>31</b>	<b>1.837</b>
Ausschüttungen	-	-	-	-	- 564	-	-	-	- 564	- 17	- 581
Verkauf eigener Aktien	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Änderungen der Beteiligungsquote an Tochterunternehmen bei bestehender Kontrolle	-	-	-	-	- 34	-	-	-	- 34	- 11	- 45
Sonstige neutrale Veränderungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Stand 30.6.2015</b>	<b>260</b>	<b>178</b>	<b>652</b>	<b>- 91</b>	<b>12.017</b>	<b>- 121</b>	<b>- 182</b>	<b>3</b>	<b>12.716</b>	<b>139</b>	<b>12.855</b>

## Konzernkapitalflussrechnung

in Mio Euro	2. Q/2014	2. Q/2015	1-6/2014	1-6/2015
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>589</b>	<b>715</b>	<b>1.197</b>	<b>1.363</b>
Gezahlte Ertragsteuern	- 193	- 266	- 304	- 371
Abschreibungen/Wertminderungen (Impairment) und Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen <sup>1</sup>	108	117	196	224
Gewinne/Verluste aus Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen sowie aus Divestments	-	- 3	- 5	- 24
Veränderung der Vorräte	34	54	- 139	- 89
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	- 130	- 210	- 369	- 484
Veränderung sonstiger Vermögenswerte	- 12	- 8	- 68	- 55
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	- 58	- 44	1	79
Veränderung anderer Verbindlichkeiten und Rückstellungen	- 131	- 151	- 130	- 20
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>207</b>	<b>204</b>	<b>379</b>	<b>623</b>
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen einschließlich geleisteter Anzahlungen	- 118	- 159	- 208	- 284
Investitionen in Tochterunternehmen und sonstige Geschäftseinheiten	- 293	- 45	- 349	- 50
Investitionen in „at-equity“ bilanzierte Beteiligungen und gemeinschaftlich geführte Unternehmen	-	-	-	- 6
Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	1	-	6	22
Erlöse aus der Veräußerung von Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	2	6	11	24
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>- 408</b>	<b>- 198</b>	<b>- 540</b>	<b>- 294</b>
Dividenden Henkel AG & Co. KGaA	- 525	- 564	- 525	- 564
Dividenden an nicht beherrschende Anteilseigner	- 14	- 15	- 15	- 17
Erhaltene Zinsen	20	15	86	35
Gezahlte Zinsen	- 15	- 21	- 92	- 43
<i>Gezahlte und erhaltene Dividenden und Zinsen</i>	<i>- 534</i>	<i>- 585</i>	<i>- 546</i>	<i>- 589</i>
Tilgung von Anleihen	-	-	- 1.030	-
Sonstige Veränderung der Finanzschulden	347	446	683	228
Zuführungen an Pensionsfonds	- 11	- 17	- 28	- 32
Sonstige Veränderung Pensionsverpflichtungen	- 7	- 19	- 24	- 44
Auszahlungen für den Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen bei bestehender Kontrolle	-	- 52	- 8	- 52
Sonstige Finanzierungsvorgänge <sup>2</sup>	448	200	986	190
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>243</b>	<b>- 27</b>	<b>33</b>	<b>- 299</b>
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	42	- 21	- 128	30
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelfonds	9	- 42	- 11	62
<b>Veränderung Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>51</b>	<b>- 63</b>	<b>- 139</b>	<b>92</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 1.1. <sup>3</sup>	871	1.383	1.061	1.228
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.6.</b>	<b>922</b>	<b>1.320</b>	<b>922</b>	<b>1.320</b>

<sup>1</sup> Davon: Wertminderungen (Impairment) im ersten Halbjahr 2015: 11 Mio Euro (im ersten Halbjahr 2014: 16 Mio Euro); im zweiten Quartal 2015: 11 Mio Euro (im zweiten Quartal 2014: 16 Mio Euro)

<sup>2</sup> Die Sonstigen Finanzierungsvorgänge enthalten im ersten Halbjahr 2015 Auszahlungen in Höhe von -290 Mio Euro für den Erwerb kurzfristiger Wertpapiere und Terminusanlagen sowie die Stellung finanzieller Sicherheiten (im ersten Halbjahr 2014: -751 Mio Euro). Im zweiten Quartal 2015 sind Auszahlungen in Höhe von 0 Mio Euro enthalten (im zweiten Quartal 2014: -19 Mio Euro).

<sup>3</sup> Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 1.1.2014 enthalten Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 10 Mio Euro, die in der Bilanz als Zur Veräußerung gehalten ausgewiesen werden und zu einem Bilanzbestand von 1.051 Mio Euro führen.

### Freiwillige Zusatzinformation: Überleitung zum Free Cashflow

in Mio Euro	2. Q/2014	2. Q/2015	1-6/2014	1-6/2015
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	207	204	379	623
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen einschließlich geleisteter Anzahlungen	- 118	- 159	- 208	- 284
Erlöse aus der Veräußerung von Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	2	6	11	24
Zinssaldo	5	- 6	- 6	- 8
Sonstige Veränderung Pensionsverpflichtungen	- 7	- 19	- 24	- 44
<b>Free Cashflow</b>	<b>89</b>	<b>26</b>	<b>152</b>	<b>311</b>

# Ausgewählte Anhangangaben

## Konzernsegmentberichterstattung nach Unternehmensbereichen<sup>1</sup>

Zweites Quartal 2015	Laundry & Home Care	Beauty Care	Klebstoffe für Konsumenten, Handwerk und Bau	Industrieklebstoffe	Summe Adhesive Technologies	Summe operative Unternehmensbereiche	Corporate	Konzern
in Mio Euro								
Umsatz April–Juni 2015	1.314	1.006	501	1.842	2.343	4.663	31	4.695
Anteil am Konzernumsatz	28%	21%	11%	39%	50%	99%	1%	100%
Umsatz April–Juni 2014	1.139	897	497	1.571	2.069	4.105	32	4.137
Veränderung gegenüber Vorjahr	15,3%	12,2%	0,8%	17,2%	13,3%	13,6%	-2,2%	13,5%
bereinigt um Wechselkurseffekte	11,7%	5,7%	0,1%	4,6%	3,6%	6,3%	-	6,2%
organisch	4,3%	1,9%	0,1%	2,2%	1,7%	2,5%	-	2,4%
<b>EBIT April–Juni 2015</b>	<b>198</b>	<b>158</b>	<b>81</b>	<b>307</b>	<b>388</b>	<b>745</b>	<b>-29</b>	<b>715</b>
EBIT April–Juni 2014	160	135	82	265	346	641	-52	589
Veränderung gegenüber Vorjahr	23,6%	17,6%	-0,9%	16,2%	12,2%	16,2%	-	21,4%
<b>Umsatzrendite (EBIT) April–Juni 2015</b>	<b>15,1%</b>	<b>15,7%</b>	<b>16,2%</b>	<b>16,7%</b>	<b>16,6%</b>	<b>16,0%</b>	<b>-</b>	<b>15,2%</b>
Umsatzrendite (EBIT) April–Juni 2014	14,0%	15,0%	16,4%	16,8%	16,7%	15,6%	-	14,2%
<b>Bereinigter EBIT April–Juni 2015</b>	<b>225</b>	<b>166</b>	<b>82</b>	<b>316</b>	<b>398</b>	<b>789</b>	<b>-21</b>	<b>768</b>
Bereinigter EBIT April–Juni 2014	190	145	87	276	362	697	-23	674
Veränderung gegenüber Vorjahr	18,6%	14,7%	-5,7%	14,8%	9,9%	13,3%	-	14,0%
<b>Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) April–Juni 2015</b>	<b>17,1%</b>	<b>16,5%</b>	<b>16,3%</b>	<b>17,2%</b>	<b>17,0%</b>	<b>16,9%</b>	<b>-</b>	<b>16,4%</b>
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) April–Juni 2014	16,6%	16,2%	17,4%	17,5%	17,5%	17,0%	-	16,3%
<b>Eingesetztes Kapital April–Juni 2015<sup>2</sup></b>	<b>3.772</b>	<b>2.739</b>	<b>952</b>	<b>7.129</b>	<b>8.081</b>	<b>14.591</b>	<b>98</b>	<b>14.689</b>
Eingesetztes Kapital April–Juni 2014 <sup>2</sup>	2.386	2.093	873	5.818	6.691	11.170	68	11.237
Veränderung gegenüber Vorjahr	58,1%	30,9%	9,0%	22,5%	20,8%	30,6%	-	30,7%
<b>Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) April–Juni 2015</b>	<b>21,0%</b>	<b>23,1%</b>	<b>34,0%</b>	<b>17,2%</b>	<b>19,2%</b>	<b>20,4%</b>	<b>-</b>	<b>19,5%</b>
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) April–Juni 2014	26,8%	25,8%	37,4%	18,2%	20,7%	23,0%	-	21,0%
<b>Abschreibungen/Wertminderungen/Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte/Sachanlagen April–Juni 2015</b>	<b>38</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>53</b>	<b>63</b>	<b>115</b>	<b>2</b>	<b>117</b>
Davon Wertminderungen (Impairment) 2015	9	-	-	2	2	11	-	11
Davon Zuschreibungen 2015	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Abschreibungen/Wertminderungen/Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte/Sachanlagen April–Juni 2014</b>	<b>39</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>42</b>	<b>52</b>	<b>105</b>	<b>3</b>	<b>108</b>
Davon Wertminderungen (Impairment) 2014	16	-	-	-	-	16	-	16
Davon Zuschreibungen 2014	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Investitionen (ohne Finanzanlagen) April–Juni 2015</b>	<b>52</b>	<b>21</b>	<b>43</b>	<b>78</b>	<b>121</b>	<b>194</b>	<b>5</b>	<b>199</b>
Investitionen (ohne Finanzanlagen) April–Juni 2014	37	293	20	31	51	381	8	389
<b>Operatives Bruttovermögen April–Juni 2015<sup>3</sup></b>	<b>5.994</b>	<b>4.048</b>	<b>1.498</b>	<b>8.668</b>	<b>10.165</b>	<b>20.207</b>	<b>424</b>	<b>20.632</b>
Operative Verbindlichkeiten April–Juni 2015	2.025	1.496	588	2.034	2.622	6.143	327	6.470
<b>Operatives Vermögen April–Juni 2015<sup>3</sup></b>	<b>3.969</b>	<b>2.552</b>	<b>909</b>	<b>6.634</b>	<b>7.543</b>	<b>14.064</b>	<b>98</b>	<b>14.162</b>
Operatives Bruttovermögen April–Juni 2014 <sup>3</sup>	4.163	3.177	1.390	7.004	8.394	15.734	404	16.138
Operative Verbindlichkeiten April–Juni 2014	1.616	1.286	574	1.654	2.227	5.130	337	5.466
<b>Operatives Vermögen April–Juni 2014<sup>3</sup></b>	<b>2.548</b>	<b>1.890</b>	<b>816</b>	<b>5.350</b>	<b>6.166</b>	<b>10.604</b>	<b>68</b>	<b>10.672</b>

<sup>1</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.

<sup>2</sup> Mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten vor Verrechnung mit kumulierten Wertminderungen (Impairment) gemäß IFRS 3.79(b).

<sup>3</sup> Mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten.



## Konzernsegmentberichterstattung nach Unternehmensbereichen<sup>1</sup>

Erstes Halbjahr 2015	Laundry & Home Care	Beauty Care	Klebstoffe für Konsumenten, Handwerk und Bau	Industrieklebstoffe	Summe Adhesive Technologies	Summe operative Unternehmensbereiche	Corporate	Konzern
in Mio Euro								
Umsatz Januar–Juni 2015	2.612	1.946	931	3.573	4.503	9.061	63	9.125
Anteil am Konzernumsatz	29%	21%	10%	39%	49%	99%	1%	100%
Umsatz Januar–Juni 2014	2.286	1.753	911	3.051	3.962	8.000	66	8.066
Veränderung gegenüber Vorjahr	14,3%	11,0%	2,1%	17,1%	13,7%	13,3%	-3,8%	13,1%
bereinigt um Wechselkurseffekte	11,4%	5,7%	1,8%	5,1%	4,3%	6,6%	-	6,5%
organisch	4,8%	2,0%	1,8%	2,7%	2,5%	3,0%	-	3,0%
<b>EBIT Januar–Juni 2015</b>	<b>389</b>	<b>291</b>	<b>130</b>	<b>603</b>	<b>733</b>	<b>1.414</b>	<b>-51</b>	<b>1.363</b>
EBIT Januar–Juni 2014	356	248	141	536	677	1.281	-84	1.197
Veränderung gegenüber Vorjahr	9,4%	17,3%	-7,8%	12,5%	8,3%	10,3%	-	13,8%
<b>Umsatzrendite (EBIT) Januar–Juni 2015</b>	<b>14,9%</b>	<b>15,0%</b>	<b>13,9%</b>	<b>16,9%</b>	<b>16,3%</b>	<b>15,6%</b>	<b>-</b>	<b>14,9%</b>
Umsatzrendite (EBIT) Januar–Juni 2014	15,6%	14,2%	15,4%	17,6%	17,1%	16,0%	-	14,8%
<b>Bereinigter EBIT Januar–Juni 2015</b>	<b>447</b>	<b>316</b>	<b>131</b>	<b>620</b>	<b>751</b>	<b>1.514</b>	<b>-39</b>	<b>1.475</b>
Bereinigter EBIT Januar–Juni 2014	380	279	143	539	681	1.340	-47	1.293
Veränderung gegenüber Vorjahr	17,6%	13,1%	-8,4%	15,2%	10,2%	12,9%	-	14,0%
<b>Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) Januar–Juni 2015</b>	<b>17,1%</b>	<b>16,2%</b>	<b>14,1%</b>	<b>17,4%</b>	<b>16,7%</b>	<b>16,7%</b>	<b>-</b>	<b>16,2%</b>
Bereinigte Umsatzrendite (EBIT) Januar–Juni 2014	16,6%	15,9%	15,7%	17,7%	17,2%	16,8%	-	16,0%
<b>Eingesetztes Kapital Januar–Juni 2015<sup>2</sup></b>	<b>3.714</b>	<b>2.689</b>	<b>915</b>	<b>7.062</b>	<b>7.976</b>	<b>14.379</b>	<b>104</b>	<b>14.483</b>
Eingesetztes Kapital Januar–Juni 2014 <sup>2</sup>	2.325	2.056	872	5.744	6.616	10.997	58	11.056
Veränderung gegenüber Vorjahr	59,7%	30,8%	4,9%	22,9%	20,6%	30,7%	-	31,0%
<b>Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar–Juni 2015</b>	<b>21,0%</b>	<b>21,7%</b>	<b>28,4%</b>	<b>17,1%</b>	<b>18,4%</b>	<b>19,7%</b>	<b>-</b>	<b>18,8%</b>
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar–Juni 2014	30,6%	24,1%	32,3%	18,7%	20,5%	23,3%	-	21,7%
<b>Abschreibungen/Wertminderungen/Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte/Sachanlagen Januar–Juni 2015</b>	<b>64</b>	<b>31</b>	<b>20</b>	<b>104</b>	<b>124</b>	<b>219</b>	<b>5</b>	<b>224</b>
Davon Wertminderungen (Impairment) 2015	9	-	-	2	2	11	-	11
Davon Zuschreibungen 2015	1	-	-	-	-	1	-	1
<b>Abschreibungen/Wertminderungen/Zuschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte/Sachanlagen Januar–Juni 2014</b>	<b>59</b>	<b>28</b>	<b>20</b>	<b>83</b>	<b>103</b>	<b>190</b>	<b>6</b>	<b>196</b>
Davon Wertminderungen (Impairment) 2014	16	-	-	-	-	16	-	16
Davon Zuschreibungen 2014	5	-	-	2	2	7	-	7
<b>Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar–Juni 2015</b>	<b>93</b>	<b>45</b>	<b>64</b>	<b>117</b>	<b>181</b>	<b>319</b>	<b>6</b>	<b>325</b>
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar–Juni 2014	116	308	37	55	92	516	10	526
<b>Operatives Bruttovermögen Januar–Juni 2015<sup>3</sup></b>	<b>5.896</b>	<b>4.012</b>	<b>1.443</b>	<b>8.541</b>	<b>9.985</b>	<b>19.892</b>	<b>471</b>	<b>20.364</b>
Operative Verbindlichkeiten Januar–Juni 2015	1.987	1.511	572	1.978	2.549	6.047	367	6.414
<b>Operatives Vermögen Januar–Juni 2015<sup>3</sup></b>	<b>3.909</b>	<b>2.501</b>	<b>872</b>	<b>6.563</b>	<b>7.435</b>	<b>13.845</b>	<b>104</b>	<b>13.950</b>
Operatives Bruttovermögen Januar–Juni 2014 <sup>3</sup>	4.122	3.155	1.366	6.921	8.287	15.565	398	15.963
Operative Verbindlichkeiten Januar–Juni 2014	1.635	1.301	549	1.643	2.192	5.128	340	5.468
<b>Operatives Vermögen Januar–Juni 2014<sup>3</sup></b>	<b>2.487</b>	<b>1.854</b>	<b>817</b>	<b>5.278</b>	<b>6.095</b>	<b>10.436</b>	<b>58</b>	<b>10.495</b>

<sup>1</sup> Berechnet auf Basis der Werte in Tausend Euro.<sup>2</sup> Mit Geschäftswerten zu Anschaffungskosten vor Verrechnung mit kumulierten Wertminderungen (Impairment) gemäß IFRS 3.79(b).<sup>3</sup> Mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten.

## Ergebnis je Aktie

Bei der Berechnung des Ergebnisses je Aktie für den Zeitraum Januar bis Juni 2015 haben wir den für das Gesamtjahr satzungsmäßig festgelegten Dividendenabstand von 2 Eurocent zwischen Stamm- und Vorzugsaktien zeitanteilig eingerechnet.

### Ergebnis je Aktie

	1–6/2014	1–6/2015
<b>Halbjahresüberschuss</b>		
– Anteil der Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA		
in Mio Euro	890	991
Anzahl der im Umlauf befindlichen Stammaktien	259.795.875	259.795.875
<b>Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie</b>		
in Euro	2,05	2,28
Anzahl der im Umlauf befindlichen Vorzugsaktien <sup>1</sup>	174.482.310	174.482.311
<b>Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie</b>		
in Euro	2,06	2,29
<b>Verwässertes Ergebnis je Stammaktie</b>		
in Euro	2,05	2,28
<b>Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie</b>		
in Euro	2,06	2,29

<sup>1</sup> Gewichteter Durchschnitt der Vorzugsaktien.

Um den Einblick in die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage weiter zu verbessern, sind in der Konzernbilanz, in der Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung, in der Konzern-Gesamtergebnisrechnung, in der Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung und in der Konzernkapitalflussrechnung Positionen weiter aufgegliedert oder die Positionsbezeichnungen angepasst worden. Gemäß IAS 8.29 haben wir eine freiwillige Änderung der Darstellung unseres Finanzergebnisses durchgeführt. Im Sonstigen Finanzergebnis zeigen wir das Zinsergebnis aus Pensionsverpflichtungen, Währungsergebnisse sowie das übrige Finanzergebnis. Die Vorjahreszahlen wurden vergleichbar dargestellt.

IAS 34.4I gestattet zur Vereinfachung der unterjährigen Berichterstattung, in größerem Rahmen als im Jahresabschluss Schätzungen vorzunehmen und Annahmen zu treffen. Voraussetzung hierfür ist, dass alle wesentlichen Finanzinformationen, 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 Geschäftsjahres in die unterjährige Ermittlung des Steueraufwands ein.

Der aus einem verkürzten Konzernabschluss und einem Konzernzwischenlagebericht bestehende Halbjahresfinanzbericht wurde einer Prüferischen Durchsicht unterzogen.

## Veränderungen im Bestand eigener Aktien

Der Bestand eigener Aktien belief sich zum 30. Juni 2015 unverändert auf 3.680.564 Stück Vorzugsaktien. Dies entspricht einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 3,7 Mio Euro (0,84 Prozent).

## Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Den Halbjahresfinanzbericht des Henkel-Konzerns haben wir gemäß Paragraf 37w Wertpapierhandelsgesetz (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 Bewertungsmethoden, wie sie für den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2014 gültig waren, mit Ausnahme der Anwendung neuer Rechnungslegungsverlautbarungen im Geschäftsjahr 2015, wie wir sie im Geschäftsbericht 2014 auf der Seite 127 erläutern. Aus der Anwendung dieser Verlautbarungen ergeben sich keine wesentlichen Einflüsse auf die Darstellung des Halbjahresfinanzberichts.

## Konsolidierungskreis

In den Konsolidierungskreis zum 30. Juni 2015 sind neben der Henkel AG & Co. KGaA als oberstem Mutterunternehmen 9 inländische und 203 ausländische Gesellschaften einbezogen, bei denen die Henkel AG & Co. KGaA beherrschenden Einfluss auf die Finanz- und Geschäftspolitik hat. Der Konzern beherrscht ein Unternehmen, wenn er schwankenden Renditen aus seinem Engagement bei dem Unternehmen ausgesetzt ist beziehungsweise Anrechte auf diese besitzt und die Fähigkeit hat, diese Renditen mittels seiner Verfügungsgewalt über das Unternehmen zu beeinflussen.

Im Vergleich zum 31. Dezember 2014 ergaben sich die in der folgenden Tabelle dargestellten Änderungen des Konsolidierungskreises:

### Konsolidierungskreis

<b>Stand 1. Januar 2015</b>	<b>206</b>
Zugänge	8
Verschmelzungen	– 1
Abgänge	–
<b>Stand 30. Juni 2015</b>	<b>213</b>

Die Änderungen des Konsolidierungskreises haben die wesentlichen Konzernabschlussposten nicht nennenswert verändert.

### Akquisitionen und Divestments

Mit Wirkung zum 11. Mai 2015 haben wir mit der Colgate-Palmolive Company eine Vereinbarung über den Kauf aller Waschmittelmarken sowie Waschhilfsmittel des Unternehmens in Australien, Neuseeland und auf Fidschi abgeschlossen. Diese Akquisition ist Teil unserer globalen Strategie, in reifen Märkten gezielt in attraktive Kategoriepositionen zu investieren. Der Kaufpreis beträgt 220 Mio Euro und wird aus Barmitteln finanziert.

Mit Wirkung zum 1. Juni 2015 haben wir den Erwerb aller Anteile an der Novamelt GmbH, Wehr, Deutschland, abgeschlossen und unser Geschäft mit Haftschmelzklebstoffen im Unternehmensbereich Adhesive Technologies erweitert. Der vorläufige Kaufpreis betrug 48 Mio Euro und wurde aus Barmitteln finanziert. Ein vorläufiger Geschäftswert in Höhe von 36 Mio Euro wurde aktiviert. Die Zuordnung des Kaufpreises zu den erworbenen Vermögenswerten und Schulden entsprechend dem Standard IFRS 3 „Business combinations“ ist infolge des unterjährig abgeschlossenen Erwerbs noch nicht final abgeschlossen.

Mit Wirkung zum 30. Januar 2015 haben wir in den USA das Geschäft mit chemischen Hilfsprodukten für die weiterverarbeitende Industrie im Unternehmensbereich Adhesive Technologies veräußert. Zum 31. Dezember 2014 waren diese Vermögenswerte in den Zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten ausgewiesen. Der Verkaufspreis betrug 29 Mio Euro.

Am 29. Mai 2015 haben wir 19 Mio Euro zum Erwerb von ausstehenden nicht beherrschenden Anteilen an der Henkel (Jiangsu) Auto Parts Co. Ltd., Danyang, China, aufgewendet und unseren Anteilsbesitz auf 100 Prozent erhöht.

Am 18. Juni 2015 haben wir 26 Mio Euro zum Erwerb von ausstehenden nicht beherrschenden Anteilen an der Henkel Chembond Surface Technologies Ltd., Navi Mumbai, Indien, aufgewendet und unseren Anteilsbesitz auf 100 Prozent erhöht.

Die Zuordnung der Kaufpreise zu den erworbenen Vermögenswerten und Schulden in Bezug auf die im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 120 genannten zwei wesentlichen Akquisitionen in den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Adhesive Technologies ist infolge der im Jahr 2014 erfolgten Erwerbe noch nicht final abgeschlossen.

### Konzern-Gesamtergebnisrechnung

Auf die Bestandteile des Sonstigen Ergebnisses entfallen Steueraufwendungen auf die versicherungsmathematischen Gewinne in Höhe von 40 Mio Euro (30. Juni 2014: Steuererträge in Höhe von 71 Mio Euro) und Steuererträge aus Cash-flow Hedges in Höhe von 4 Mio Euro (30. Juni 2014: Steuererträge in Höhe von 1 Mio Euro).

### Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

Die Zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte sind im Vergleich zum 31. Dezember 2014 um 20 Mio Euro auf 11 Mio Euro zurückgegangen. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf die Veräußerung des Geschäfts mit chemischen Hilfsprodukten für die weiterverarbeitende Industrie im Unternehmensbereich Adhesive Technologies in den USA zurückzuführen. Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten bestanden nicht (31. Dezember 2014: 0 Mio Euro).

### Finanzinstrumente

Finanzinstrumente, die den Bewertungskategorien „Zur Veräußerung verfügbar“ und „Zu Handelszwecken gehalten“ zugeordnet sind, werden grundsätzlich zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Als „Zur Veräußerung verfügbar“ werden die in den Sonstigen finanziellen Vermögenswerten ausgewiesenen sonstigen Wertpapiere und Terminanlagen sowie die nicht „at-equity“ bilanzierten Sonstigen Beteiligungen kategorisiert. In der Bewertungskategorie „Zu Handelszwecken gehalten“ werden lediglich die im Henkel-Konzern gehaltenen derivativen Finanzinstrumente ausgewiesen, die nicht in ein Hedge Accounting einbezogen sind.

Die folgende Hierarchie wird verwendet, um den beizulegenden Zeitwert von Finanzinstrumenten zu bestimmen und auszuweisen:

- Level 1: Beizulegende Zeitwerte, die auf Basis notierter, unangepasster Preise auf aktiven Märkten bestimmt werden.
- Level 2: Beizulegende Zeitwerte, die auf Basis von Parametern bestimmt werden, für die entweder direkt oder indirekt abgeleitete Preise auf einem Markt zur Verfügung stehen.
- Level 3: Beizulegende Zeitwerte, die mithilfe von Parametern bestimmt werden, bei denen die Inputfaktoren nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren.

Von den im Henkel-Konzern zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Wertpapieren und Terminanlagen der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ mit einem bilanzierten Marktwert

von 6 Mio Euro (30. Juni 2014: 789 Mio Euro) werden 3 Mio Euro (30. Juni 2014: 754 Mio Euro) dem Level I zugeordnet. Der beizulegende Zeitwert der dem Level I zugeordneten gestellten finanziellen Sicherheiten der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ beläuft sich auf 344 Mio Euro (30. Juni 2014: 68 Mio Euro), wovon 331 Mio Euro (30. Juni 2014: 51 Mio Euro) saldiert wurden. Zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere und Terminanlagen der Kategorie „Fair Value Option“ bestanden nicht (30. Juni 2014: 594 Mio Euro; davon Level I: 240 Mio Euro). Sämtliche derivativen Finanzinstrumente werden als Level 2 eingestuft. Die in den Sonstigen finanziellen Vermögenswerten ausgewiesenen derivativen Finanzinstrumente mit einem positiven Marktwert haben einen bilanzierten Marktwert in Höhe von 85 Mio Euro (30. Juni 2014: 134 Mio Euro). Bei den in den Sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten ausgewiesenen derivativen Finanzinstrumenten mit einem negativen Marktwert beträgt dieser 24 Mio Euro (30. Juni 2014: 35 Mio Euro).

Der Buchwert (einschließlich aufgelaufener Zinsen) der von Henkel begebenen und innerhalb der Finanzschulden ausgewiesenen Anleihe beträgt zum Bilanztag 1.361 Mio Euro. Der beizulegende Zeitwert beläuft sich auf 1.364 Mio Euro.

Der beizulegende Zeitwert der dem Level 1 zugeordneten Wertpapiere und Terminanlagen basiert auf Kursnotierungen zum Bilanzstichtag. Für die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts von Wertpapieren des Level 2 werden beobachtbare Marktdaten verwendet. Für Devisentermingeschäfte wird der beizulegende Zeitwert auf Basis der am Bilanztag geltenden aktuellen Referenzkurse der Europäischen Zentralbank unter Berücksichtigung von Terminaufschlägen und -abschlägen für die jeweilige Restlaufzeit des Kontrakts im Vergleich zum kontrahierten Devisenkurs ermittelt. Devisenoptionen werden mittels Kursnotierungen oder anerkannter Modelle zur Ermittlung von Optionspreisen bewertet. Die Bewertung der Zinsicherungsinstrumente erfolgt auf Basis abgezinster, zukünftig erwarteter Cashflows unter Zugrundelegung von Marktzinssätzen, die für die Restlaufzeit der Kontrakte gelten. Diese sind für die beiden wichtigsten Währungen in der nachfolgenden Tabelle angegeben. Sie zeigt die jeweils zum 31. Dezember und 30. Juni am Interbanken-Markt quotierten Zinssätze.

#### Zinssätze in Prozent p. a.

zum 31.12./30.6. Laufzeiten	Euro		US-Dollar	
	2014	2015	2014	2015
1 Monat	0,02	-0,06	0,17	0,19
3 Monate	0,08	-0,01	0,26	0,28
6 Monate	0,17	0,05	0,36	0,44
1 Jahr	0,33	0,16	0,63	0,77
2 Jahre	0,18	0,13	0,88	0,89
5 Jahre	0,36	0,50	1,75	1,75
10 Jahre	0,81	1,15	2,27	2,43

Bei der Bewertung von Finanzderivaten zur Sicherung von Rohstoffpreissrisiken nutzen wir aufgrund ihrer Komplexität vornehmlich Simulationsmodelle, die von Börsennotierungen abgeleitet sind. Die Sicherstellung korrekter Bewertungen erfolgt durch regelmäßige Plausibilitätsprüfungen.

Bei der Bewertung der derivativen Finanzinstrumente wird das Ausfallrisiko der Vertragspartner durch eine Anpassung der Marktwerte auf der Basis von Kreditrisikoprämien berücksichtigt.

#### Risiken aus Rechtsstreitigkeiten

Wie berichtet ist Henkel neben anderen Konsumgüterherstellern und Handelsunternehmen in Verfahren verschiedener Kartellbehörden in Europa einbezogen (siehe Konzernanhang im Geschäftsbericht 2014, Seite 147). Das am 18. Dezember 2014 von der französischen Kartellbehörde festgelegte Bußgeld in Höhe von 109 Mio Euro haben wir am 15. Mai 2015 vorläufig bezahlt. Eine Entscheidung über die von uns eingelegten Rechtsmittel hinsichtlich der Höhe des Bußgelds steht noch aus. Im laufenden Kartellverfahren in Belgien wurde eine Einigung mit der belgischen Kartellbehörde erzielt. Henkel wird in diesem Zusammenhang eine Zahlung in Höhe von rund 6 Mio Euro leisten.

Die Rückstellungen für zivilrechtliche Auseinandersetzungen mit Kunden haben wir im zweiten Quartal 2015 erhöht. Weitergehende Angaben zu den Verfahren und den damit für Henkel verbundenen Risiken werden gemäß IAS 37.92 nicht gemacht, um das Ergebnis der Verfahren nicht zu beeinträchtigen.

## Haftungsverhältnisse

Zum 30. Juni 2015 betragen die Verbindlichkeiten aus Bürgschaften, Wechsel- und Scheckbürgschaften sowie Gewährleistungsverträgen insgesamt 5 Mio Euro. Am 31. Dezember 2014 hatten Verbindlichkeiten von 4 Mio Euro bestanden.

## Operating-Leasingverpflichtungen

Operating-Leasingverhältnisse im Sinn 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 30. Juni 2015 wie folgt dar:

### Operating-Leasingverpflichtungen

in Mio Euro	31.12.2014	30.6.2015
Fälligkeit im Folgejahr	67	70
Fälligkeit zwischen 1 bis 5 Jahren	135	148
Fälligkeit über 5 Jahre	24	21
<b>Gesamt</b>	<b>226</b>	<b>239</b>

## Stimmrechtsmitteilungen, Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Der Gesellschaft ist mitgeteilt worden, dass der Stimmrechtsanteil der Mitglieder des Aktienbindungsvertrags der Familie Henkel zum 3. November 2014 insgesamt 60,84 Prozent der Stimmrechte (158.048.919 Stimmen) an der Henkel AG & Co. KGaA beträgt.

## Erläuterungen zur Konzernsegmentberichterstattung

Im Vergleich zum Konzernabschluss 31. Dezember 2014 haben sich keine Unterschiede in der Segmentierungsgrundlage sowie bei der Darstellung der Segmentergebnisse ergeben. Die Definition des operativen Vermögens und des eingesetzten Kapitals sowie der Kennzahl ROCE finden Sie im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 169 sowie auf Seite 190.

## Erläuterungen zur Konzernkapitalflussrechnung

Die wesentlichen Posten der Konzernkapitalflussrechnung und deren Veränderungen erläutern wir auf der Seite 21. Die Sonstige Veränderung der Finanzschulden enthält eine Vielzahl von Zahlungsmittelzuflüssen und -abflüssen insbesondere aus der Aufnahme und Tilgung von Commercial Paper sowie kurzfristiger Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Von der gezahlten Dividende an die Aktionäre der Henkel AG & Co. KGaA in Höhe von 564 Mio Euro entfallen 335 Mio Euro auf Stammaktien sowie 229 Mio Euro auf Vorzugsaktien.

Düsseldorf, 3. August 2015

Henkel Management AG,  
persönlich haftende Gesellschafterin  
der Henkel AG & Co. KGaA

Der Vorstand  
Kasper Rorsted,  
Jan-Dirk Auris, Carsten Knobel, Kathrin Menges,  
Bruno Piacenza, Hans Van Bylen

# Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht

An die Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf:

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Konzernbilanz, Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzernkapitalflussrechnung sowie ausgewählten Anhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht (Seiten 6 bis 25) der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, für den Zeitraum vom 1. Januar 2015 bis 30. Juni 2015, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach Paragraph 37w 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 3. August 2015

KPMG AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Prof. Dr. Kai C. Andrejewski  
Wirtschaftsprüfer

Simone Fischer  
Wirtschaftsprüferin

# Versicherung des gesetzlichen Vertreters

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und der Lage des Konzerns so dargestellt ist, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Düsseldorf, 3. August 2015

Henkel Management AG,  
persönlich haftende Gesellschafterin  
der Henkel AG & Co. KGaA

Der Vorstand  
Kasper Rorsted,  
Jan-Dirk Auris, Carsten Knobel, Kathrin Menges,  
Bruno Piacenza, Hans Van Bylen

# Bericht des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats

In der Sitzung am 3. August 2015 wurden dem Prüfungsausschuss der Konzernzwischenfinanzbericht für die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2015 sowie der Bericht der KPMG AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, über die Prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und Konzernzwischenlageberichts vorgelegt sowie durch den Vorstand und die KPMG erläutert. Der Prüfungsausschuss stimmte dem Konzernzwischenfinanzbericht zu.

Düsseldorf, 3. August 2015

Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses

Prof. Dr. Theo Siegert



# Mehrjahresübersicht

## Zweites Quartal 2011 bis 2015

in Mio Euro	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Umsatz</b>	3.953	4.206	4.286	4.137	4.695
Laundry & Home Care	1.076	1.147	1.186	1.139	1.314
Beauty Care	881	921	923	897	1.006
Adhesive Technologies	1.963	2.099	2.138	2.069	2.343
Bereinigtes <sup>1</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT)	514	609	660	674	768
Bereinigtes <sup>1</sup> Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,79	0,96	1,07	1,16	1,29

<sup>1</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

## Erstes Halbjahr 2011 bis 2015

in Mio Euro	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Umsatz</b>	7.776	8.214	8.319	8.066	9.125
Laundry & Home Care	2.148	2.254	2.363	2.286	2.612
Beauty Care	1.702	1.782	1.796	1.753	1.946
Adhesive Technologies	3.846	4.099	4.082	3.962	4.503
Bereinigtes <sup>1</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT)	987	1.160	1.260	1.293	1.475
Bereinigtes <sup>1</sup> Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,52	1,81	2,03	2,20	2,47

<sup>1</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

## Kontakte

### Corporate Communications

Telefon: +49 (0) 211 / 797-35 33

Fax: +49 (0) 211 / 798-24 84

E-Mail: corporate.communications@henkel.com

### Investor Relations

Telefon: +49 (0) 211 / 797-39 37

Fax: +49 (0) 211 / 798-28 63

E-Mail: investor.relations@henkel.com

## Impressum

### Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA

40191 Düsseldorf

Telefon: +49 (0) 211 / 797-0

© 2015 Henkel AG & Co. KGaA

**Redaktion:** Corporate Communications, Investor Relations,  
Corporate Accounting

**Koordination:** Renata Casaro, Dr. Hannes Schollenberger,  
Wolfgang Zengerling

**Design und Realisierung:**

mpm Corporate Communication Solutions, Mainz

**Fotos:** Claudia Kempf, Nils Hendrik Müller; Henkel

**Lektorat:** Thomas Krause, Krefeld

**Druck:** Druckpartner, Essen

**Veröffentlichungsdatum dieses Berichts:** 12. August 2015



Der Quartals- und Halbjahresfinanzbericht ist gedruckt auf Galaxi Keramik FSC. Das Papier ist aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff. Es ist nach den Regeln des Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert und kontrolliert. Die Druckfarben enthalten keine Schwermetalle.

Verwendete Sammelbezeichnungen wie Mitarbeiter, Aktionäre oder Kunden sind als geschlechtsneutral anzusehen.

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich bei den in dieser Publikation genannten Zeichen um eingetragene Marken der Henkel-Gruppe mit Schutz in Deutschland und in anderen Ländern.

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.

## Finanzkalender

**Veröffentlichung des Berichts  
über das dritte Quartal / Dreivierteljahr 2015:**  
Mittwoch, 11. November 2015

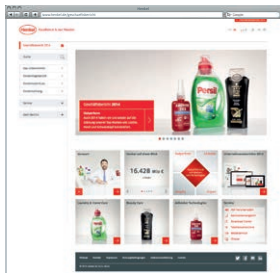
**Veröffentlichung des Berichts  
über das Geschäftsjahr 2015:**  
Donnerstag, 25. Februar 2016

**Hauptversammlung der  
Henkel AG & Co. KGaA 2016:**  
Montag, 11. April 2016

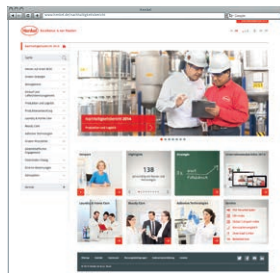
**Alle aktuellen Zahlen und Angaben zum  
Unternehmen im Internet:**

 [www.henkel.de](http://www.henkel.de)

Die Quartalsfinanzberichte sind auch in unserer Henkel App veröffentlicht.



[www.henkel.de/geschaeftsbericht](http://www.henkel.de/geschaeftsbericht)



[www.henkel.de/nachhaltigkeitsbericht](http://www.henkel.de/nachhaltigkeitsbericht)



Henkel App verfügbar  
für iOS und Android:



Henkel in Social Media:



[www.facebook.com/henkeldeutschland](http://www.facebook.com/henkeldeutschland)

[www.twitter.com/henkel\\_de](http://www.twitter.com/henkel_de)

[www.youtube.com/henkel](http://www.youtube.com/henkel)