

Informationen an
unsere Aktionäre

1.Q

Januar – März 2007

Eine Welt der Marken



Qualität von

Henkel

A Brand like a friend

Kennzahlen Henkel Konzern

in Mio. Euro

	1. Q/2006	1. Q/2007	Veränderung ¹⁾
Umsatz	3.048	3.237	6,2 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	295	323	9,2 %
Wasch-/Reinigungsmittel	114	117	2,7 %
Kosmetik/Körperpflege	74	82	11,1 %
Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker	44	52	17,5 %
Henkel Technologies	90	97	7,8 %
Umsatzrendite (EBIT) in %	9,7	10,0	0,3 pp
Ergebnis vor Steuern	261	293	12,3 %
Quartalsüberschuss	185	210	13,5 %
Quartalsüberschuss nach Anteilen Fremder	181	205	13,3 %
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	1,27	1,43	12,6 %
Ergebnis je Stammaktie in Euro	1,25	1,41	12,8 %
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) in %	13,1	14,6	1,5 pp
Investitionen in Sachanlagen	86	107	24,4 %
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	81	85	4,9 %
Anzahl der Mitarbeiter (31. März)	51.833	52.325	1,0 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

pp = Prozentpunkte

Inhalt

03 Highlights 1. Quartal 2007	08 Regionale Entwicklung
04 Geschäftsverlauf im 1. Quartal 2007	09 Wasch-/Reinigungsmittel
04 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	10 Kosmetik/Körperpflege
04 Geschäftsverlauf	11 Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker
04 Umsatz und Ergebnis	12 Henkel Technologies
06 Akquisitionen und Divestments	13 Konzernabschluss
06 Investitionen	13 Konzern-Segment-Berichterstattung
06 Forschung und Entwicklung	14 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
06 Mitarbeiter	16 Konzernbilanz
06 Wesentliche Beteiligung	16 Darstellung aller im Konzernabschluss erfassten Gewinne und Verluste
06 Die Aktie	18 Konzern-Kapitalflussrechnung
07 Aktuelles	19 Erläuternde Anhangangaben
07 Ausblick	20 Impressum/Finanzkalender
07 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	
07 Umsatz- und Ergebnisprognose 2007	

Highlights 1. Quartal 2007

Finanzdaten

Umsatz:
plus 6,2 Prozent

Organisches Wachstum:
plus 9,1 Prozent

Betriebliches Ergebnis (EBIT)
bereinigt um Wechselkurseffekte:
plus 12,4 Prozent

Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS):
plus 12,6 Prozent

Umsatzprognose:
organisches Wachstum am oberen Rand
der Bandbreite von 3 bis 4 Prozent

Wichtige Entwicklungen

Organischer Wachstumsschub in allen
Unternehmensbereichen

Starke Wachstumsdynamik in Westeuropa
einschließlich Deutschland;
wechsellkursbereinigt zweistelliges Umsatz-
wachstum in den Wachstumsregionen

Währungskurseffekte wirken sich mit
mehr als 3 Prozentpunkten negativ auf
Umsatz und Ergebnis aus

Bruttomarge um 0,9 Prozentpunkte auf
46,7 Prozent erhöht

Nettoumlaufvermögen um 1,1 Prozentpunkte
auf 14,0 Prozent vom Umsatz verringert

Innovationen



Persil 100 Jahre

Zum Jubiläum das beste
Persil aller Zeiten: mit
verbesselter Rezeptur, ver-
besselter Verpackung und
modernerem Design.



Gliss Kur Oil Nutritive

Die innovative Pflege-Linie
Oil Nutritive mit hochwertigem
Argan- und Shea-Öl bekämpft
Spliss wirksam und nachhaltig.



Pattex PL 700

Die neue Generation
hochleistungsfähiger
Konstruktions-Klebstoffe.



Loctite CureJet LED

Hochleistungs-LED-Lichtquelle
zur schnellen Aushärtung von
UV-Klebstoffen.

Geschäftsverlauf im 1. Quartal 2007

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Weltwirtschaft startete robust in das Jahr 2007. Dabei wuchs Europa erstmals seit Jahren stärker als die USA. Deutschland gehörte zu den dynamischen Volkswirtschaften in Europa. Kräftig legten wieder die Wachstumsregionen zu.

Hauptstütze des Wachstums war erneut die Industrie. Sowohl in Europa als auch in den Wachstumsregionen wuchs die Industrie stärker als der private Konsum, welcher in Europa moderat anstieg. Die US-amerikanischen Verbraucher zeigten beim Konsum eine nachlassende Dynamik.

In der Betrachtung nach Branchen setzte die Automobilindustrie ihr weltweites Wachstum fort, wobei sich die Entwicklung regional unterschiedlich darstellte. In der Elektronikbranche hat die Halbleiterindustrie an Wachstum eingebüßt. In der Bauindustrie ergab sich ein heterogenes Bild: In den USA verringerten sich die Bauinvestitionen, vor allem im Wohnungsbau, deutlich. Demgegenüber stiegen die Bauinvestitionen in Europa merklich an.

Geschäftsverlauf

Umsatz und Ergebnis

Wir steigerten den Umsatz des Henkel Konzerns im 1. Quartal 2007 auf 3.237 Mio. Euro. Das Wachstum gegenüber dem Vorjahreswert betrug 6,2 Prozent. Bereinigt um Wechselkurseffekte erhöhte sich der Umsatz um 10,0 Prozent. Das organische Wachstum, bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, erreichte sehr erfreuliche 9,1 Prozent. Für diesen gelungenen Start gibt es eine Reihe von Gründen. Unsere Wachstumsregionen zeigten sich weiterhin dynamisch, aber auch Westeuropa einschließlich Deutschland entwickelte sich gut. Zudem führten wir neue, innovative Produkte ein.

Alle Unternehmensbereiche trugen zum organischen Umsatzwachstum bei. Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel erzielte ein sehr hohes organisches Wachstum von 11,9 Prozent, das vor allem aus dem Bündel von Aktivitäten zum 100-jährigen Jubiläum von Persil stammt. Kosmetik/Körperpflege wuchs um erfreuliche 6,4 Prozent. Am stärksten entwickelte sich der Unternehmensbereich Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker mit einem Anstieg von 12,3 Prozent. Hierzu trug auch die für den Bausektor günstige Witterung in Europa bei. Henkel Technologies erzielte ein organisches Wachstum von 7,5 Prozent.

Unsere Bruttomarge verbesserten wir gegenüber dem Vorjahresquartal um 0,9 Prozentpunkte auf 46,7 Prozent. Sie lag mit 2,9 Prozentpunkten deutlich über dem Wert des 4. Quartals 2006. Das Wachstum im Vergleich zum Vorjahresquartal ist vor allem auf eine höhere Kapazitätsauslastung unserer Anlagen und auf einen nur geringen Anstieg der Rohstoffkosten zurückzuführen. Die Marketing- und Vertriebsaufwendungen stiegen um 5,0 Prozent an, wobei wir die Ausgaben für Werbung und Verkaufsförderung im hohen einstelligen Bereich erhöhten. Die Forschungs- und Entwicklungsaufwen-



Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	1. Q
2007	3.237
2006	3.048
Veränderung zum Vorjahr	6,2 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	1. Q
2007	323
2006	295
Veränderung zum Vorjahr	9,2 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	12,4 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Quartalsüberschuss nach Anteilen Fremder in Mio. Euro

	1. Q
2007	205
2006	181
Veränderung zum Vorjahr	13,3 %

dungen erhöhten sich um 4,9 Prozent. Die Verwaltungsaufwendungen stiegen um 6,3 Prozent. Der Saldo aus sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen reduzierte sich deutlich von 32 Mio. Euro auf 3 Mio. Euro. Der Wert des Vorjahresquartals enthielt einen einmaligen Ertrag in Höhe von 16 Mio. Euro aus dem Verkauf des Nahrungsmittelgeschäfts von Dial.

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) steigerten wir stärker als den Umsatz, um 9,2 Prozent auf 323 Mio. Euro, wozu alle Unternehmensbereiche beitrugen. Bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Wachstum sogar 12,4 Prozent.

Die Umsatzrendite (EBIT) lag mit 10,0 Prozent um 0,3 Prozentpunkte über dem Niveau des Vorjahresquartals. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)

Umsatzveränderung¹⁾

	1. Q
Veränderung zum Vorjahr	6,2 %
Wechselkurseffekte	-3,8 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	10,0 %
Akquisitionen/Divestments	0,9 %
organisch	9,1 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzrendite (EBIT)

	1. Q
2007	10,0 %
2006	9,7 %
Veränderung zum Vorjahr	0,3 pp

pp = Prozentpunkte

Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro

	1. Q
2007	1,43
2006	1,27
Veränderung zum Vorjahr	12,6 %

verbesserte sich weiter um 1,5 Prozentpunkte auf 14,6 Prozent.

Das Beteiligungsergebnis erhöhte sich um 6 Mio. Euro auf 19 Mio. Euro. Das Vorjahresquartal war belastet durch die Wertminderung unserer mittlerweile verkauften Beteiligung an der Lion Corporation, Japan. Das Zinsergebnis ging um 2 Mio. Euro auf -49 Mio. Euro zurück. Dies ist im Wesentlichen auf im Vergleich zum Vorjahr gestiegene Zinssätze für Fremdkapital zurückzuführen. Insgesamt verbesserte sich das Finanzergebnis um 4 Mio. Euro von -34 Mio. Euro auf -30 Mio. Euro. Die Steuerquote lag mit 28,3 Prozent leicht unter dem Vorjahresniveau. Im Vorjahr waren auch die Steuern enthalten, die auf den Verkauf des Nahrungsmittelgeschäfts von Dial entfielen. Der Quartalsüber-



schuss stieg um 13,5 Prozent auf 210 Mio. Euro. Nach Anteilen anderer Gesellschafter in Höhe von 5 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 205 Mio. Euro (+13,3 Prozent). Das Ergebnis je Vorzugsaktie erhöhte sich um 12,6 Prozent auf 1,43 Euro.

Akquisitionen und Divestments

Zum 30. März 2007 verkauften wir unser Parfümgeschäft Morris Profumi mit Sitz in Italien an die italienische Investmentgruppe Investindustrial. Dieses Randgeschäft mit seinem ausschließlichen Vertrieb über Parfümerien entsprach nicht mehr der strategischen Ausrichtung des Unternehmensbereichs Kosmetik/Körperpflege.

Ebenfalls zum 30. März 2007 veräußerten wir das türkische Geschäft mit Ölen und Fetten, das auch eine Randaktivität für Henkel darstellte. Das im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel geführte Geschäft umfasste vorwiegend die Herstellung und den Vertrieb von Margarine, Bäckerei- und Industriefetten.

Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen bestehender Geschäfte betragen 107 Mio. Euro, nach 86 Mio. Euro im Vorjahresquartal. In Immaterielle Vermögenswerte wurden 17 Mio. Euro investiert (Vorjahr: 9 Mio. Euro).

Forschung und Entwicklung

Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung stiegen um 4,9 Prozent und lagen bei 85 Mio. Euro. Dies entspricht einem Anteil von 2,6 Prozent am Umsatz.

Mitarbeiter

Am 31. März 2007 beschäftigten wir 52.325 Mitarbeiter. Dies war ein leichter Anstieg gegenüber dem Vorjahr. Der Anteil der Mitarbeiter außerhalb Deutschlands betrug unverändert 80 Prozent.

Wesentliche Beteiligung

Henkel ist mit 29,0 Prozent an Ecolab Inc., St. Paul, Minnesota, USA, beteiligt. Ecolab Inc. erzielte im 1. Quartal 2007 einen Umsatz von 1.254 Mio. US-Dollar und damit einen Anstieg von 12,0 Prozent. Der Quartalsüberschuss stieg gegenüber dem Vorjahresquartal um 14,9 Prozent auf 89,5 Mio. US-Dollar. Der Marktwert der Ecolab-Beteiligung betrug zum 31. März 2007 rund 2,3 Mrd. Euro.

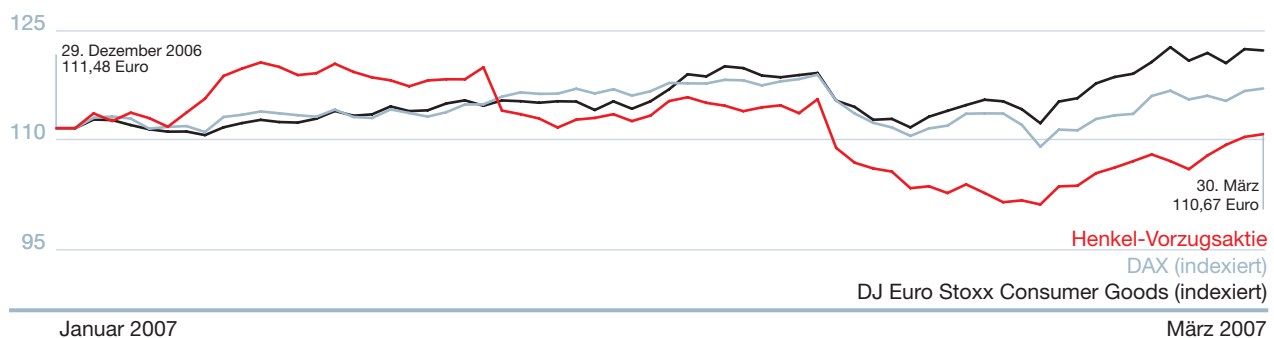
Die Aktie

Der Kurs der im Deutschen Aktienindex (DAX) enthaltenen Henkel-Vorzugsaktie sank gegenüber dem Schlusskurs des Jahres 2006 leicht um 0,7 Prozent von 111,48 Euro auf 110,67 Euro. Damit entwickelte sich die Henkel-Vorzugsaktie verhaltener als der DAX bzw. der Branchenindex Dow Jones Euro Stoxx Consumer Goods, die um 4,9 Prozent bzw. 9,5 Prozent zulegten.



Den Geschäftsbericht, unsere Quartalsberichte, aktuelle Daten zu den Henkel-Aktien sowie Nachrichten, Finanzberichte und Präsentationen zum Unternehmen finden Sie auf der Investor-Relations-Internetseite www.ir.henkel.de

Entwicklung Henkel-Vorzugsaktie im Marktvergleich 1. Quartal 2007 in Euro



Aktuelles

Am 25. Januar 2007 wurden wir beim „Good Company Ranking 2007“ in Davos als nachhaltig und gesellschaftlich wirtschaftendes Unternehmen ausgezeichnet.

Am 14. Februar 2007 gaben wir bekannt, die Unternehmensbereiche Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker und Henkel Technologies am 1. April 2007 zu dem neuen Unternehmensbereich Adhesives Technologies zusammenzuführen.

Am 22. März 2007 veröffentlichten wir im Rahmen einer Pressekonferenz den Nachhaltigkeitsbericht für das Geschäftsjahr 2006. Er belegt das hohe Niveau von Umweltschutz und Arbeitssicherheit im Konzern und zeigt, wie engagiert wir unsere gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen.

Am 16. April 2007 stimmte die Hauptversammlung einer Dividendenerhöhung um jeweils 14 Cent auf 1,44 Euro je Stammaktie und 1,50 Euro je Vorzugsaktie zu. Zudem beschloss sie einen Aktiensplit im Verhältnis 1 zu 3.

Am 19. April 2007 erhöhte die Ratingagentur Standard and Poor's das Kredit-Rating von Henkel auf „A“ langfristig (bisher: „A-“) und „A-1“ kurzfristig (bisher: „A-2“). Dies ist zurückzuführen auf das verbesserte Finanzprofil und eine konservativere Finanzpolitik.

Ausblick

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Wir erwarten, dass sich unsere Märkte weiter positiv entwickeln werden. An den Rohstoffmärkten steigen die Kosten nicht mehr so dynamisch wie bisher. Daher gehen wir bei den Rohstoff- und Verpackungspreisen von einem geringen Anstieg aus. Darauf werden wir selektiv mit Preiserhöhungen reagieren und gleichzeitig unsere kostensenkenden Maßnahmen fortführen.

Umsatz- und Ergebnisprognose 2007

Wir wollen wieder stärker wachsen als unsere Märkte.

Der Henkel Konzern erwartet im Jahr 2007 ein organisches Umsatzwachstum (bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments) am oberen Rand der Bandbreite von 3 bis 4 Prozent.

Für das betriebliche Ergebnis (EBIT) erwarten wir einen Zuwachs, bereinigt um Wechselkurseffekte, oberhalb des organischen Umsatzwachstums.

Für das Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) erwarten wir ebenfalls einen Zuwachs oberhalb des organischen Umsatzwachstums.

Regionale Entwicklung

Eckdaten Henkel nach Regionen¹⁾ 1. Quartal 2007 in Mio. Euro

Regionen	Europa/ Afrika/ Nahost	Nord- amerika	Latein- amerika	Asien/ Pazifik	Corporate	Konzern
Umsatz Januar – März 2007	2.116	652	164	247	58	3.237
Umsatz Januar – März 2006	1.909	684	156	237	62	3.048
Veränderung zum Vorjahr	10,9 %	-4,7 %	5,1 %	4,1 %	-	6,2 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	12,2 %	4,1 %	15,3 %	10,2 %	-	10,0 %
Anteil am Konzernumsatz Januar – März 2007	65 %	20 %	5 %	8 %	2 %	100 %
Anteil am Konzernumsatz Januar – März 2006	63 %	22 %	5 %	8 %	2 %	100 %
EBIT Januar – März 2007	247	78	11	12	-25	323
EBIT Januar – März 2006	225	77	8	12	-27	295
Veränderung zum Vorjahr	9,8 %	1,2 %	44,4 %	-2,2 %	-	9,2 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	10,7 %	11,5 %	63,1 %	5,6 %	-	12,4 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – März 2007	11,7 %	12,0 %	6,8 %	4,8 %	-	10,0 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – März 2006	11,8 %	11,3 %	5,0 %	5,1 %	-	9,7 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

In der Region **Europa/Afrika/Nahost** stieg unser Umsatz um starke 10,9 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das Plus 12,2 Prozent. Alle Unternehmensbereiche steigerten ihren Umsatz. In Osteuropa wuchs der Umsatz erneut zweistellig. In Westeuropa und in Deutschland verzeichneten wir ein erneut erfreuliches Umsatzplus. Das betriebliche Ergebnis (EBIT) der Region Europa/Afrika/Nahost wuchs um 9,8 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 10,7 Prozent. Die Umsatzrendite lag mit 11,7 Prozent etwa auf dem Niveau des Vorjahresquartals.

Aufgrund der Wechselkurseffekte ging der Umsatz in der Region **Nordamerika** um 4,7 Prozent zurück, bereinigt um Wechselkurseffekte stieg er um 4,1 Prozent. Im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel entfielen im Jahresvergleich die Umsätze aus dem veräußerten Dial-Nahrungsmittelgeschäft für die ersten beiden Monate. Demgegenüber erhöhte sich der Umsatz im Bereich Kosmetik/Körperpflege durch die von Gillette übernommenen Deomarken. Diese beiden Effekte glichen sich im Wesentlichen aus. Das betriebliche Ergebnis der Region Nordamerika stieg um 1,2 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um

11,5 Prozent. Die Umsatzrendite verbesserte sich um 0,7 Prozentpunkte auf 12,0 Prozent.

Der Umsatz in der Region **Lateinamerika** stieg um 5,1 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 15,3 Prozent. Hier ragten die Unternehmensbereiche Kosmetik/Körperpflege und Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker heraus, deren Umsätze jeweils im zweistelligen Prozentbereich anstiegen. Das betriebliche Ergebnis der Region Lateinamerika erhöhte sich um 44,4 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 63,1 Prozent. Die Umsatzrendite stieg um 1,8 Prozentpunkte auf 6,8 Prozent.

In der Region **Asien/Pazifik** lag der Umsatz um 4,1 Prozent über dem Vorjahresquartal, bereinigt um Wechselkurseffekte stieg der Umsatz um 10,2 Prozent. Das Wachstum stammte vor allem aus den Unternehmensbereichen Henkel Technologies und Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker. Das betriebliche Ergebnis der Region Asien/Pazifik ging um 2,2 Prozent zurück, bereinigt um Wechselkurseffekte stieg es um 5,6 Prozent. Die Umsatzrendite lag mit 4,8 Prozent um 0,3 Prozentpunkte unter dem Niveau des Vorjahresquartals.

Wasch-/Reinigungsmittel

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	1. Q
2007	1.069
2006	1.009
Veränderung zum Vorjahr	6,0 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	1. Q
2007	117
2006	114
Veränderung zum Vorjahr	2,7 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	5,4 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Der Unternehmensbereich **Wasch-/Reinigungsmittel** steigerte den Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal trotz des Verkaufs des Nahrungsmittelgeschäfts von Dial deutlich um 6,0 Prozent. Das organische Wachstum betrug sehr starke 11,9 Prozent. Ein überdurchschnittliches Wachstum erzielten wir in der Region Europa/Afrika/Nahost. Hervorzuheben ist hier vor allem das starke Umsatzplus in Westeuropa. Dieses wurde vom Auftakt des Markenjubiläums „Persil 100 Jahre – Rein in die Zukunft“ getragen. Zudem war das Vorjahresquartal vergleichsweise schwach. Auch die osteuropäischen Länder setzten ihr dynamisches, deutlich zweistelliges Wachstum fort.

Das betriebliche Ergebnis stieg um 2,7 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 5,4 Prozent. Dabei ist zu berücksichtigen, dass im Vorjahr noch laufende Erträge aus dem Dial-Nahrungsmittelgeschäft enthalten waren. Unter anderem wegen der Jubiläumsaktionen für Persil stiegen unsere Werbe- und Verkaufsförderungsinvestitionen noch einmal gegenüber dem Vorjahresquartal an. Aus diesem Grund sank die Umsatzrendite um 0,4 Prozentpunkte auf 10,9 Prozent. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) konnte um 2,1 Prozentpunkte auf 16,5 Prozent gesteigert werden.

Bei den *Waschmitteln* sorgte das Persil-Jubiläum in Deutschland und Österreich für einen starken Start in das Jahr 2007. Unsere Persil Megaperls Varianten gab es zum Auftakt in modernen Designboxen mit

Umsatzveränderung¹⁾

	1. Q
Veränderung zum Vorjahr	6,0 %
Wechselkurseffekte	-3,5 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	9,5 %
Akquisitionen/Divestments	-2,4 %
organisch	11,9 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzrendite (EBIT)

	1. Q
2007	10,9 %
2006	11,3 %
Veränderung zum Vorjahr	-0,4 pp

pp = Prozentpunkte

jeweils unterschiedlichen nostalgischen Motiven. Für die flüssigen Varianten kam der „Futurino“, eine Geburtstagsedition in einer auffällig gestalteten Flasche, auf den Markt. In Italien und den Niederlanden führten wir ein Spezialwaschmittel für hochwertige, empfindliche Jeans ein. In Afrika/Nahost brachten wir das neue Vernel One Rinse Only auf den Markt. Dieser Weichspüler reduziert bei den dort gebräuchlichen hochschäumenden Waschmitteln das Nachspülen auf nur einen Vorgang und verleiht der Wäsche einen lang anhaltenden Duft.

Die *Reinigungsmittel* setzten ihre gute Entwicklung weiter fort. Mit WC Frisch Complete führten wir den ersten WC-Reiniger ein, der die Toilette innen und außen reinigt. Bei den Geschirrspülmitteln erweiterten wir mit der Einführung von Somat 7 die bisherigen Funktionen um einen Reinigungsverstärker und einen Niedrigtemperatur-Aktivator.

Ausblick

Für das Jahr 2007 erwarten wir ein über dem Marktdurchschnitt liegendes organisches Umsatzwachstum. In unseren westeuropäischen Märkten sehen wir weiterhin eine positive Entwicklung, wobei sich das außergewöhnlich hohe Wachstum des ersten Quartals im Jahresverlauf wieder normalisieren wird. Beim betrieblichen Ergebnis erwarten wir erneut einen Anstieg.

Kosmetik / Körperpflege

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	1. Q
2007	704
2006	642
Veränderung zum Vorjahr	9,6 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	1. Q
2007	82
2006	74
Veränderung zum Vorjahr	11,1 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	14,6 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** steigerte den Umsatz um 9,6 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Dazu trugen sowohl die erfolgreiche Integration der ehemaligen Gillette-Deomarken als auch das sehr starke organische Wachstum von 6,4 Prozent bei, das signifikant über dem relevanten Marktwachstum lag. Besonders positiv entwickelte sich unser Geschäft in Osteuropa, Nordamerika und Lateinamerika.

Das betriebliche Ergebnis steigerten wir um 11,1 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 14,6 Prozent. Die Umsatzrendite stieg auf 11,7 Prozent. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) erhöhte sich um 0,9 Prozentpunkte auf 14,4 Prozent.

Das *Haarkosmetikgeschäft* wuchs weiterhin stark. Das Colorationsgeschäft entwickelte sich sehr erfreulich, vor allem bei den Marken Brillance, Palette und Diadem. Wir konnten unsere Marktpositionen in allen Kategorien – Colorationen, Pflege und Styling – weiter ausbauen. In der Kategorie Colorationen stand die Einführung von Palette Radiance im Vordergrund, in der Kategorie Pflege der Launch von Gliss Kur Oil Nutritive und in der Kategorie Styling die neue Linie Taft Volumen Power.

Im *Körperpflegegeschäft* hielt der positive Trend an, weil unsere beiden großen Marken Fa und Dial ihre Innovationsoffensiven erfolgreich fortsetzten. So baute Fa mit der europaweiten Einführung des Fa Joghurt Deodorant-Sortiments seine Marktposition weiter aus

Umsatzveränderung¹⁾

	1. Q
Veränderung zum Vorjahr	9,6 %
Wechselkurseffekte	-3,2 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	12,8 %
Akquisitionen/Divestments	6,4 %
organisch	6,4 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzrendite (EBIT)

	1. Q
2007	11,7 %
2006	11,5 %
Veränderung zum Vorjahr	0,2 pp

pp = Prozentpunkte

und setzte positive Akzente im europäischen Körperpflegemarkt. Mit seinem neuen Markenauftritt und dem neuen Sortiment stärkte Dial seine Marktposition im dynamisch wachsenden US-Duschbadsegment. Auch Dial for Men setzte seine erfolgreiche Entwicklung mit einer innovativen Variante fort. Parallel dazu entwickelten sich die von Gillette übernommenen Deomarken positiv. Hier zeigte sich vor allem die Einführung des neuen Bodysprays RGX der Marke Right Guard sehr erfolversprechend.

Das *Hautpflegegeschäft* profitierte von der Anti-Age Innovation 1000 Microliftings der Diadermine Lift+ Serie.

Im *Mundpflegegeschäft* stand der internationale Relaunch von Theramed 2-in-1 im Mittelpunkt, das erstmals – wie flüssige Zahnseide – auch Zahnzwischenräume reinigt.

Das *Friseurgeschäft* entwickelte sich positiv und gewann weitere Marktanteile. Zentrale Aktivitäten waren die Einführung von Bonacure Q10 (Anti Age) und weitere Rollouts der überarbeiteten Stylingmarke OSiS.

Ausblick

Wir erwarten für das Geschäftsjahr 2007 ein über dem Marktdurchschnitt liegendes organisches Umsatzwachstum. Unser Ziel ist es, vor allem in Europa und Nordamerika unsere Marktpositionen auszubauen. Beim betrieblichen Ergebnis erwarten wir erneut einen Anstieg.

Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	1. Q
2007	497
2006	448
Veränderung zum Vorjahr	11,0 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	1. Q
2007	52
2006	44
Veränderung zum Vorjahr	17,5 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	21,1 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Der Unternehmensbereich **Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker** steigerte den Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal erneut deutlich um 11,0 Prozent. Hierzu trug vor allem das sehr starke organische Wachstum von 12,3 Prozent bei. Wechselkurseffekte hatten mit minus 4,2 Prozent einen negativen, Akquisitionen mit plus 2,9 Prozent einen positiven Einfluss auf unser Wachstum. In allen Regionen steigerten wir unseren um Wechselkurseffekte bereinigten Umsatz. Wie bereits in den zurückliegenden Quartalen gingen starke Wachstumsimpulse von Osteuropa, Lateinamerika und Afrika/Nahost aus, aber auch Westeuropa entwickelte sich sehr erfreulich.

Das betriebliche Ergebnis steigerten wir gegenüber dem Vorjahresquartal überproportional um 17,5 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte um 21,1 Prozent. Die Umsatzrendite lag mit 10,5 Prozent um 0,6 Prozentpunkte über dem Vorjahresquartal. Die 2006 eingeleiteten Maßnahmen zur Rentabilitätsverbesserung trugen hierzu ebenso bei wie Skaleneffekte durch das starke Wachstum. Zudem konnten wir verstärkt Preiserhöhungen durchsetzen. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) verbesserte sich gegenüber dem Vorjahresquartal um 2,2 Prozentpunkte auf 16,7 Prozent.

Die *Klebstoffe und Klebebänder für Haushalt, Schule und Büro* entwickelten sich positiv. Das erfreuliche Wachstum bei den Sekundenklebern hielt an, so dass Henkel

Umsatzveränderung¹⁾

	1. Q
Veränderung zum Vorjahr	11,0 %
Wechselkurseffekte	-4,2 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	15,2 %
Akquisitionen/Divestments	2,9 %
organisch	12,3 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzrendite (EBIT)

	1. Q
2007	10,5 %
2006	9,9 %
Veränderung zum Vorjahr	0,6 pp

pp = Prozentpunkte

seine weltweit führende Position in diesem Marktsegment weiter ausbauen konnte. Die im Jahr 2006 international erfolgreiche Werbekampagne („Hanging Man“) setzen wir 2007 fort.

Der Bereich *Kleb- und Dichtstoffe für Bau, Handwerker und Heimwerker* blieb mit seiner überdurchschnittlichen Dynamik der Wachstumstreiber des Unternehmensbereichs. Den größten Beitrag leistete hier das Geschäft mit Bauklebstoffen, das von der milden Witterung und der damit verbundenen regen Bautätigkeit in wichtigen Absatzmärkten profitierte. Innovationen wie staubreduzierte Fliesenkleber und Hochleistungs-Montagekleber mit hoher Anfangshaftung werden nunmehr auch stufenweise international eingeführt.

Ausblick

Wir erwarten weiterhin eine positive Geschäftsentwicklung, die auch durch weitere Produktinnovationen gestützt wird. Auf den Rohstoffmärkten hält die angespannte Lage nach wie vor an, wenngleich bei einzelnen Rohstoffen eine gewisse Erholung zu beobachten ist. Wir werden der Entwicklung entsprechend unsere Marktposition im Laufe des Jahres für weitere differenzierte Preiserhöhungen nutzen. Für das Jahr 2007 erwarten wir ein über dem Marktdurchschnitt liegendes organisches Umsatzwachstum. Beim betrieblichen Ergebnis erwarten wir erneut einen Anstieg.

Henkel Technologies

Umsatz¹⁾ in Mio. Euro

	1. Q
2007	909
2006	887
Veränderung zum Vorjahr	2,4 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

EBIT¹⁾ in Mio. Euro

	1. Q
2007	97
2006	90
Veränderung zum Vorjahr	7,8 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	13,6 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Der Unternehmensbereich **Henkel Technologies** steigerte den Umsatz um 2,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Dabei sind die Divestments des Vorjahres zu berücksichtigen; das organische Wachstum betrug starke 7,5 Prozent. Überdurchschnittlich entwickelten sich erneut die Wachstumsregionen Osteuropa und Asien/Pazifik, die zweistellige Zuwachsraten erzielten.

Das betriebliche Ergebnis konnten wir um 7,8 Prozent steigern, bereinigt um Wechselkurseffekte um 13,6 Prozent. Dies ging zurück auf unser sehr gutes organisches Umsatzwachstum, das strikte Kostenmanagement und Preiserhöhungen aufgrund gestiegener Rohstoffkosten. Die Umsatzrendite wuchs um 0,6 Prozentpunkte auf 10,7 Prozent. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) verbesserte sich um 1,4 Prozentpunkte auf 16,3 Prozent.

Im Marktsegment *Transport* gestaltete sich das Geschäft mit der Automobilindustrie vor allem in Europa und Nordamerika weiterhin schwierig. Überdurchschnittliches Wachstum erzielten wir mit der Luftfahrtindustrie, die vermehrt Verbundwerkstoffe anstelle von Aluminiumbauteilen einsetzt. Unser Geschäft mit der *Stahlindustrie* legte aufgrund einer Reihe von neuen Produkten zur Oberflächenbehandlung deutlich zu und konnte zudem die positive konjunkturelle Entwicklung für sich nutzen. Im Marktsegment *Elektronik*

Umsatzveränderung¹⁾

	1. Q
Veränderung zum Vorjahr	2,4 %
Wechselkurseffekte	-4,8 %
bereinigt um Wechselkurseffekte	7,2 %
Akquisitionen/Divestments	-0,3 %
organisch	7,5 %

¹⁾ Veränderungsberechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

Umsatzrendite (EBIT)

	1. Q
2007	10,7 %
2006	10,1 %
Veränderung zum Vorjahr	0,6 pp

pp = Prozentpunkte

profitierten wir weiterhin vom Trend zu bleifreien Löt Komponenten. Allerdings verlangsamte sich unser Wachstum marktbedingt.

Das Geschäft mit Herstellern von *Verpackungen für Konsumgüter* entwickelte sich weiter gut. Wachstumsimpulse setzten erneut die Folienkaschierklebstoffe der Marke Liofol mit reduziertem Lösungsmittelgehalt und verbessertem Aushärteverhalten. Im Marktsegment *langlebige Gebrauchsgüter* machten sich Preiserhöhungen positiv bemerkbar. Hier bauten wir unsere Kern-Produktgruppen Polyurethane der Marke Purmelt und Polyamide der Marke Macromelt verstärkt aus. Im Bereich der *industriellen Instandhaltung* entwickelte sich die Produktpalette für Kraftfahrzeug-Werkstätten besonders gut. Positiv wirkte sich auch der im vergangenen Jahr initiierte Relaunch der Loctite Sofortklebstoffe aus.

Ausblick

Unsere Absatzmärkte entwickeln sich weiterhin positiv. Auf den Rohstoffmärkten hält die angespannte Lage nach wie vor an, wenngleich bei einzelnen Rohstoffen eine gewisse Erholung zu beobachten ist. Daher werden wir auch dieses Jahr weitere Preissteigerungen durchsetzen müssen. Für das Jahr 2007 erwarten wir wieder ein über dem Marktdurchschnitt liegendes organisches Umsatzwachstum. Beim betrieblichen Ergebnis erwarten wir erneut einen Anstieg.

Konzern-Segment-Berichterstattung¹⁾ nach Unternehmensbereichen

1. Quartal 2007 in Mio. Euro

Unternehmensbereiche	Wasch-/ Reini- gungs- mittel	Kosmetik/ Körper- pflege	Konsu- menten- klebstoffe	Henkel Tech- nologies	Corporate	Konzern
Umsatz Januar – März 2007	1.069	704	497	909	58	3.237
Veränderung gegenüber Vorjahr	6,0 %	9,6 %	11,0 %	2,4 %	–	6,2 %
Anteil am Konzernumsatz	33 %	22 %	15 %	28 %	2 %	100 %
Umsatz Januar – März 2006	1.009	642	448	887	62	3.048
EBITDA Januar – März 2007	145	95	64	123	–19	408
EBITDA Januar – März 2006	143	85	56	114	–19	379
Veränderung gegenüber Vorjahr	1,4 %	11,5 %	14,5 %	7,0 %	–	7,5 %
Umsatzrendite (EBITDA) Januar – März 2007	13,5 %	13,5 %	12,9 %	13,5 %	–	12,6 %
Umsatzrendite (EBITDA) Januar – März 2006	14,1 %	13,3 %	12,5 %	12,9 %	–	12,4 %
Abschreibungen auf Marken- und sonstige Rechte/ Sachanlagevermögen Januar – März 2007²⁾	28	13	12	26	6	85
Abschreibungen auf Marken- und sonstige Rechte/ Sachanlagevermögen Januar – März 2006 ²⁾	29	11	12	24	8	84
EBIT Januar – März 2007	117	82	52	97	–25	323
EBIT Januar – März 2006	114	74	44	90	–27	295
Veränderung gegenüber Vorjahr	2,7 %	11,1 %	17,5 %	7,8 %	–	9,2 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – März 2007	10,9 %	11,7 %	10,5 %	10,7 %	–	10,0 %
Umsatzrendite (EBIT) Januar – März 2006	11,3 %	11,5 %	9,9 %	10,1 %	–	9,7 %
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar – März 2007	16,5 %	14,4 %	16,7 %	16,3 %	–	14,6 %
Rendite auf eingesetztes Kapital (ROCE) Januar – März 2006	14,4 %	13,5 %	14,5 %	14,9 %	–	13,1 %
Eingesetztes Kapital Januar – März 2007³⁾	2.841	2.291	1.253	2.384	53	8.822
Eingesetztes Kapital Januar – März 2006 ³⁾	3.158	2.195	1.227	2.417	11	9.008
Veränderung gegenüber Vorjahr	–10,1 %	4,4 %	2,1 %	–1,4 %	–	–2,1 %
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar – März 2007	41	17	21	63	12	154
Investitionen (ohne Finanzanlagen) Januar – März 2006	27	11	12	33	12	95
Operatives Bruttovermögen Januar – März 2007⁴⁾	4.226	3.009	1.630	3.016	349	12.230
Operative Verbindlichkeiten Januar – März 2007	1.224	891	431	912	295	3.753
Operatives Vermögen Januar – März 2007⁴⁾	3.002	2.118	1.199	2.104	54	8.477
Operatives Bruttovermögen Januar – März 2006 ⁴⁾	4.462	2.688	1.485	2.996	391	12.022
Operative Verbindlichkeiten Januar – März 2006	1.131	673	372	839	379	3.394
Operatives Vermögen Januar – März 2006 ⁴⁾	3.331	2.015	1.113	2.157	12	8.628

¹⁾ Berechnung auf Basis der Werte in Tausend Euro

²⁾ Im Q1 2006/2007 sind keine außerplanmäßigen Abschreibungen angefallen.

³⁾ mit Geschäftswerten zu Anschaffungsaufwendungen

⁴⁾ mit Geschäftswerten zu Nettobuchwerten

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

1. Quartal 2007 in Mio. Euro

	1. Q/2006	%	1. Q/2007	%	Veränderung
Umsatzerlöse	3.048	100,0	3.237	100,0	6,2 %
Kosten der umgesetzten Leistungen	1.653 ¹⁾	54,2	1.726	53,3	4,4 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.395	45,8	1.511	46,7	8,3 %
Marketing- und Vertriebsaufwendungen	892 ¹⁾	29,3	937	29,0	5,0 %
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	81	2,7	85	2,6	4,9 %
Verwaltungsaufwendungen	159 ¹⁾	5,2	169	5,2	6,3 %
Sonstige betriebliche Erträge	45	1,5	22	0,7	-51,1 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	13	0,4	19	0,6	46,2 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	295	9,7	323	10,0	9,2 %
Beteiligungsergebnis	13	0,4	19	0,6	46,2 %
Zinsergebnis	-47	-1,5	-49	-1,5	4,3 %
Finanzergebnis	-34	-1,1	-30	-0,9	-11,8 %
Ergebnis vor Steuern	261	8,6	293	9,1	12,3 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-76	-2,5	-83	-2,6	9,2 %
Quartalsüberschuss	185	6,1	210	6,5	13,5 %
Anteile anderer Gesellschafter	-4	-0,1	-5	-0,2	25,0 %
Quartalsüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter	181	6,0	205	6,3	13,3 %
Ergebnis je Vorzugsaktie (Euro)	1,27		1,43		12,6 %
Ergebnis je Stammaktie (Euro)	1,25		1,41		12,8 %

¹⁾ Die laufenden Restrukturierungsaufwendungen sind anteilig den zugehörigen Funktionen zugeordnet worden.

Kommentierung der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung Januar bis März 2007

Im 1. Quartal 2007 stiegen die Umsatzerlöse um 6,2 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal an. Die Kosten der umgesetzten Leistungen wuchsen im gleichen Zeitraum um 4,4 Prozent. Das Bruttoergebnis vom Umsatz verbesserte sich um 8,3 Prozent auf 1.511 Mio. Euro. Durch den geringeren Anstieg der Kosten der umgesetzten Leistungen erhöhte sich die Bruttomarge um 0,9 Prozentpunkte auf 46,7 Prozent. Für den Margenanstieg waren vor allem die im 1. Quartal 2007 höhere Kapazitätsauslastung unserer Anlagen und der nur geringe Anstieg der Rohstoffkosten ausschlaggebend.

Die Marketing- und Vertriebsaufwendungen stiegen um 5,0 Prozent an. Die Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen lagen mit 85 Mio. Euro um 4,9 Prozent höher als im Vorjahr. Die Forschungsquote, d.h. das Verhältnis der Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen zum Umsatz, betrug 2,6 Prozent. Die Verwaltungsaufwendungen stiegen um 6,3 Prozent.

Der Saldo aus Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen verminderte sich um 29 Mio. Euro. Im Vorjahresquartal wurden in diesem Posten die Erträge aus dem Verkauf des Nahrungsmittelgeschäfts von Dial in Höhe von 16 Mio. Euro ausgewiesen.

Das Finanzergebnis verbesserte sich um 4 Mio. Euro auf -30 Mio. Euro. Während der Beteiligungsertrag der at-equity bewerteten Ecolab-Beteiligung, USA, leicht anstieg, entfiel die im Vorjahr ausgewiesene Wertminderung auf die Beteiligung an Lion, Japan, die im November 2006 veräußert wurde. Das Zinsergebnis verminderte sich um 2 Mio. Euro, vor allem aufgrund der im Vergleich zum Vorjahr gestiegenen Zinssätze für Fremdkapital.

Die Steuerquote betrug 28,3 Prozent und lag unter dem Vorjahresniveau. Im Vorjahr waren auch die Steuern enthalten, die auf den Verkauf des Nahrungsmittelgeschäfts von Dial in den USA entfielen.

Der Überschuss des 1. Quartals 2007 betrug 210 Mio. Euro, 13,5 Prozent mehr als im Vorjahr. Nach Abzug von Anteilen anderer Gesellschafter am Ergebnis lag der Überschuss bei 205 Mio. Euro. Das Ergebnis je Vorzugsaktie erhöhte sich um 16 Eurocent auf 1,43 Euro (+12,6 Prozent).

Ergebnis je Aktie

Das im Jahr 2000 gestartete Aktien-Optionsprogramm führte zum Abschlussstichtag 31. März 2007 zu einer Verwässerung des Ergebnisses je Vorzugsaktie, da die ausgegebenen Optionen aller fünf Tranchen „im Geld“ waren. Der Effekt beruht auf 313.862 potenziell ausstehenden Vorzugsaktien. Daraus resultiert, dass das verwässerte Ergebnis je Aktie um 1 Eurocent geringer war als das unverwässerte Ergebnis.

Ergebnis je Aktie

		1. Q/2007
Quartalsüberschuss nach Anteilen Fremder	in Mio. Euro	205
Anzahl der im Umlauf befindlichen Stammaktien		86.598.625
Ergebnis je Stammaktie	in Euro	1,41
Anzahl der im Umlauf befindlichen Vorzugsaktien ¹⁾		57.605.663
Ergebnis je Vorzugsaktie	in Euro	1,43
Verwässerungseffekt aus Aktien-Optionsprogramm		313.862
Anzahl potenzieller Vorzugsaktien ohne Stimmrecht ²⁾		57.919.525
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie³⁾	in Euro	1,42

¹⁾ gewichteter Durchschnitt der Vorzugsaktien

²⁾ gewichteter Durchschnitt der Vorzugsaktien (korrigiert um potenzielle Zahl der Aktien nach Aktien-Optionsprogramm)

³⁾ basiert auf IAS 33.59 Aktien-Optionsprogramm

Konzernbilanz

Konzernbilanz in Mio. Euro

	31.12.2006	%	31.3.2007	%
Immaterielle Vermögenswerte	5.487	41,1	5.464	40,0
Sachanlagen	2.078	15,6	2.090	15,3
Finanzanlagen	565	4,2	545	4,0
Andere langfristige Forderungen	171	1,3	169	1,2
Latente Steuern	363	2,7	350	2,6
Langfristiges Vermögen	8.664	64,9	8.618	63,1
Vorräte	1.325	9,9	1.388	10,2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.868	14,0	2.035	14,8
Andere kurzfristige Forderungen und Sonstige Aktiva	436	3,3	532	3,9
Ertragsteueransprüche	110	0,8	104	0,8
Flüssige Mittel/Wertpapiere	929	7,0	968	7,1
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	14	0,1	10	0,1
Kurzfristiges Vermögen	4.682	35,1	5.037	36,9
Aktiva insgesamt	13.346	100,0	13.655	100,0

	31.12.2006	%	31.3.2007	%
Eigenkapital ohne Fremdanteile	5.487	41,2	5.637	41,3
Ausgleichsposten für Anteile Fremder	60	0,4	66	0,5
Eigenkapital mit Fremdanteilen	5.547	41,6	5.703	41,8
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	788	5,9	780	5,7
Andere langfristige Rückstellungen	294	2,2	216	1,6
Langfristige Finanzschulden	2.322	17,4	2.363	17,3
Andere langfristige Verbindlichkeiten	126	0,9	82	0,6
Latente Steuerrückstellungen	427	3,2	423	3,1
Langfristige Verbindlichkeiten	3.957	29,6	3.864	28,3
Kurzfristige Rückstellungen	992	7,4	1.057	7,7
Kurzfristige Finanzschulden	1.012	7,6	1.044	7,6
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.494	11,2	1.609	11,8
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	344	2,6	378	2,8
Kurzfristige Verbindlichkeiten	3.842	28,8	4.088	29,9
Passiva insgesamt	13.346	100,0	13.655	100,0

Darstellung aller im Konzernabschluss erfassten Gewinne und Verluste

in Mio. Euro

	1. Q/2006	1. Q/2007
Quartalsüberschuss	185	210
Währungskurseinflüsse	-149	-49
Derivative Finanzinstrumente	2	1
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	1	-12
Sonstige erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderungen	-	6
Direkt im Eigenkapital erfasste Wertänderungen	-146	-54
Gesamtergebnis der Periode	39	156
– Anteile anderer Gesellschafter	2	6
– Anteil der Aktionäre der Henkel KGaA	37	150

Kommentierung der Konzernbilanz/Darstellung aller im Konzernabschluss erfassten Gewinne und Verluste Januar bis März 2007

Die Bilanzsumme erhöhte sich zum 31. März 2007 um 309 Mio. Euro auf 13.655 Mio. Euro. Dies entsprach im Vergleich zum 31. Dezember 2006 einem Anstieg von 2,3 Prozent.

Im langfristigen Vermögen verminderten sich die Immateriellen Vermögenswerte um 23 Mio. Euro, im Wesentlichen aufgrund von Währungseinflüssen gegenüber dem Euro. Das Sachanlagevermögen erhöhte sich um 12 Mio. Euro, das Finanzanlagevermögen ging um 20 Mio. Euro auf 545 Mio. Euro zurück, da die am Jahresende 2006 erworbene und im Finanzanlagevermögen gehaltene Beteiligung Accurus, Taiwan, zum 1. Quartal 2007 voll konsolidiert wurde.

Das kurzfristige Vermögen lag mit 5.037 Mio. Euro um 355 Mio. Euro über dem Niveau des Vorjahres. Vorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die anderen Forderungen und Sonstigen Aktiva stiegen um 326 Mio. Euro, die Flüssigen Mittel erhöhten sich um 39 Mio. Euro.

Das Eigenkapital einschließlich der Anteile anderer Gesellschafter erhöhte sich um 156 Mio. Euro von 5.547 Mio. Euro auf 5.703 Mio. Euro. Hier standen dem Quartalsüberschuss von 210 Mio. Euro Minderungen aus der Währungsumrechnung in Höhe von 49 Mio. Euro und versicherungsmathematische Verluste in Höhe von 12 Mio. Euro gegenüber.

Die Eigenkapitalquote (Eigenkapital mit Anteilen anderer Gesellschafter/Bilanzsumme) blieb mit 41,8 Prozent auf dem Niveau des Vorjahres.

Die langfristigen Verbindlichkeiten verminderten sich um 93 Mio. Euro. Im Wesentlichen handelte es sich um den Abbau der langfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten, die aufgrund ihrer Fristigkeit aus dem lang- in den kurzfristigen Bereich umgegliedert wurden.

Die Finanzschulden erhöhten sich leicht um 73 Mio. Euro. Unter Berücksichtigung der Flüssigen Mittel stieg die Nettoverschuldung um 34 Mio. Euro.

Veränderungen im Bestand eigener Aktien

Der Bestand eigener Aktien zum 31. März 2007 belief sich auf 1.778.053 Stück Vorzugsaktien. Dies entspricht einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 4,6 Mio. Euro (1,22 Prozent).

Durch die Ausübung von Optionen im Rahmen des Aktien-Optionsprogramms verringerte sich der Bestand eigener Aktien im 1. Quartal um 41.445 Stück Vorzugsaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 0,106 Mio. Euro (0,028 Prozent).

Konzern-Kapitalflussrechnung

Konzern-Kapitalflussrechnung in Mio. Euro

	1. Q/2006	1. Q/2007
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	295	323
Ausgaben Ertragsteuern	-30	-72
Abschreibungen/Zuschreibungen Anlagevermögen (ohne Finanzanlagen)	84	85
Gewinne/Verluste aus Anlageabgängen (ohne Finanzanlagen)	-16	-3
Veränderung der Vorräte	-143	-85
Veränderungen der Forderungen und Sonstigen Vermögenswerte	-241	-295
Veränderungen der Verbindlichkeiten und Rückstellungen	101	167
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	50	120
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-9	-17
Investitionen in Sachanlagen	-86	-107
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	-38	-1
Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten	151	20
Erlöse aus Anlageabgängen	24	23
Cashflow aus Investitionstätigkeit/Akquisitionstätigkeit	42	-82
Dividenden Henkel KGaA	-	-
Dividenden Tochterunternehmen (an andere Gesellschafter)	-2	-3
Zinseinnahmen	14	34
Dividendeneinnahmen	10	10
Zinsausgaben	-82	-109
<i>Dividenden- und Zinsergebnis</i>	<i>-60</i>	<i>-68</i>
Veränderung der Finanzschulden	34	71
Sonstige Finanzierungsvorgänge	-9	5
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-35	8
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	57	46
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	-31	-7
Veränderung Flüssige Mittel/Wertpapiere	26	39
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 1.1.	1.212	929
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 31.3.	1.238	968

Überleitung zum Free Cashflow in Mio. Euro

	1. Q/2006	1. Q/2007
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	50	120
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte	-9	-17
Investitionen in Sachanlagen	-86	-107
Erlöse aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten	151	20
Erlöse aus Sonstigen Anlageabgängen	24	23
Erhaltene Dividenden/Zinssaldo	-58	-65
Free Cashflow	72	-26

Kommentierung der Konzern-Kapitalflussrechnung Januar bis März 2007

Der **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** betrug 120 Mio. Euro und lag damit um 70 Mio. Euro über dem vergleichbaren Wert des Vorjahresquartals. Einem höheren EBIT, geringeren Erträgen aus Gewinnen/Verlusten aus Anlageabgängen und geringeren Ausgaben für Vorräte standen höhere Steuerzahlungen und Forderungen sowie Sonstige Vermögenswerte gegenüber. Die Verbindlichkeiten und Rückstellungen stiegen um 66 Mio. Euro an.

Der **Cashflow aus Investitions-/Akquisitionstätigkeit** erreichte –82 Mio. Euro und lag damit um 124 Mio. Euro unter dem vergleichbaren Vorjahreswert. Hierbei ist zu beachten, dass im Vorjahr der Verkauf des Nahrungsmittelgeschäfts von Dial mit 151 Mio. Euro enthalten war.

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 43 Mio. Euro von –35 Mio. Euro auf 8 Mio. Euro. Vor dem Hintergrund des gewachsenen Geschäftsvolumens stiegen die Finanzschulden um 71 Mio. Euro.

Der **Free Cashflow** reduzierte sich um 98 Mio. Euro von 72 Mio. Euro auf –26 Mio. Euro. Zu berücksichtigen ist, dass im Vorjahreszeitraum auch Zuflüsse aus dem Verkauf des Nahrungsmittelgeschäfts von Dial in Höhe von 151 Mio. Euro enthalten waren.

Erläuternde Anhangangaben

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der ungeprüfte Zwischenabschluss des Henkel Konzerns wurde wie der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2006 nach den Richtlinien der International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt. Es gelten die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie für den Jahresabschluss 2006.

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss sind neben der Henkel KGaA 12 inländische und 199 ausländische Gesellschaften zum 31. März 2007 einbezogen, bei denen die Henkel KGaA nach dem Kontroll-Konzept die Finanz- und Geschäftspolitik bestimmen kann. Dies ist in der Regel dann der Fall, wenn die Henkel KGaA direkt oder indirekt die Mehrheit der Stimmen besitzt. Gesellschaften mit einer Beteiligung von nicht mehr als der Hälfte der Anteile werden voll konsolidiert, sofern die Henkel KGaA direkt oder indirekt deren Finanz- und Geschäftspolitik bestimmen kann.

Die Beteiligung an Ecolab Inc., St. Paul, Minnesota, USA, wird nach der at-equity-Methode bilanziert.

Impressum

Herausgeber

Henkel KGaA
40191 Düsseldorf
Telefon: 02 11/7 97-0

© 2007 Henkel KGaA

Redaktion:

Corporate Communications, Investor Relations

Koordination: Rolf Juesten, Oliver Luckenbach,
Dirk Neubauer

Konzept und Design: Kirchhoff Consult AG, Hamburg

Fotos: Henkel

Gesamtproduktion: Schotte, Krefeld

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

Investor Relations
Telefon: 02 11/7 97-39 37
Fax: 02 11/7 98-28 63
E-Mail: oliver.luckenbach@henkel.com



Responsible Care®



Finanzkalender

Veröffentlichung des Berichts über
das 2. Quartal 2007:

Mittwoch, den 1. August 2007

Veröffentlichung des Berichts über
das 3. Quartal 2007:

Mittwoch, den 7. November 2007

Herbstpresse- und Analystenkonferenz 2007:

Mittwoch, den 7. November 2007

Bilanzpresse- und Analystenkonferenz 2008:

Mittwoch, den 27. Februar 2008

Hauptversammlung der Henkel KGaA 2008:

Montag, den 14. April 2008

Alle aktuellen Zahlen und Angaben zum Unternehmen im Internet: www.henkel.de

Gedruckt auf Papier aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff. Alle Produktnamen sind geschützte Marken der Henkel KGaA, Düsseldorf, der mit ihr Verbundenen Unternehmen oder ihrer Kooperationspartner.

Diese Information enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel 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 KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, wie z.B. das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Henkel hierzu eine gesonderte Verpflichtung.

Henkel

A Brand like a friend