

Prognosebericht

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Überblick: Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 3 Prozent erwartet

Die Weltwirtschaft wird auch im Jahr 2011 weiter wachsen. Wir erwarten einen Anstieg des Bruttoinlandsprodukts von etwa 3 Prozent. Der private Konsum dürfte weltweit um gut 2,5 Prozent ansteigen, während die Industrie mit 6 Prozent ein deutlich stärkeres Wachstum aufweisen wird.

Regionen: Wachstumsregionen werden auch 2011 deutlich zulegen

Die Wachstumsregionen – und hier besonders die sogenannten BRIC-Staaten Brasilien, Russland, Indien und China – werden sich auch 2011 als die „Wachstumslokomotiven“ der Weltwirtschaft erweisen.

Wir rechnen für die Industrieländer 2011 mit einem Wachstum von 2 Prozent bei vergleichsweise geringen regionalen Differenzen. Die US-Wirtschaft dürfte um rund 2 Prozent wachsen, Westeuropa und Japan um jeweils 1,5 Prozent. Für Asien (ohne Japan) und Lateinamerika gehen wir von einem Plus von knapp 7 Prozent beziehungsweise 4 Prozent aus. Osteuropa wird unserer Einschätzung zufolge an Dynamik gewinnen und um etwa 4 Prozent wachsen. Für die Region Afrika/Nahost erwarten wir – trotz aktueller politischer Spannungen in einigen Ländern – ein Wirtschaftswachstum von ebenfalls etwa 4 Prozent.

Rohstoffpreise: Weiterer Anstieg

Angesichts einer aufwärtsgerichteten Konjunktur erwarten wir einen weiteren Anstieg der Rohstoffpreise, zum Teil im zweistelligen Prozentbereich. Auch bei den Preisen für Energie rechnen wir mit Steigerungen.

Währungen: Keine wesentlichen Veränderungen

Wir erwarten keine materielle Veränderung des Euro gegenüber dem US-Dollar und gehen im Jahresdurchschnitt 2011 von einem Wert von etwa 1,30 US-Dollar aus. Dabei unterstellen wir, dass sich die Finanzkrise in Europa nicht verschärfen wird. Darüber hinaus gehen wir davon aus, dass sich der Euro auch gegenüber anderen wichtigen Währungen wie dem japanischen Yen, dem chinesischen Yuan oder dem russischen Rubel nicht wesentlich verändern wird (siehe Tabelle oben rechts).

Durchschnittskurse gegenüber dem Euro

	2010	2011 ¹⁾
US-Dollar	1,33	1,30
Britisches Pfund	0,86	0,89
Chinesischer Yuan	8,98	8,85
Japanischer Yen	116,38	120,00
Russischer Rubel	40,26	39,00

¹⁾ Erwartet.

Inflation: Leichter Anstieg erwartet

Die Inflation dürfte 2011 weltweit bei etwa 3 Prozent liegen. Während wir für die Industrieländer mit gut 1,5 Prozent ein hohes Maß an Preisstabilität erwarten, dürfte die Inflation in den Wachstumsregionen bei durchschnittlich gut 5 Prozent liegen.

Zinspolitik: Niedrige Zinsen dürften vorerst Bestand haben

Wir erwarten, dass die Notenbanken ihre niedrigen Zinsen und ihre expansive Geldpolitik aufrechterhalten werden, und gehen dementsprechend von einem günstigen Zinsumfeld aus.

Arbeitslosigkeit: Weltweit leichter Rückgang erwartet

Die Chancen auf den Arbeitsmärkten werden sich mit der Fortsetzung der globalen Erholung allmählich verbessern. Die weltweite Arbeitslosenquote wird unserer Einschätzung zufolge leicht von 8 auf etwa 7,8 Prozent zurückgehen.

Branchenentwicklung

Konsum und Einzelhandel: Zuwachs von 2,5 Prozent

Wir erwarten, dass der private Konsum – und daran gekoppelt der Einzelhandel – im Jahr 2011 mit gut 2,5 Prozent etwa gleich stark expandieren wird wie im Jahr 2010. Ein gestärktes Verbrauchervertrauen, leicht verbesserte Perspektiven am Arbeitsmarkt und anhaltend niedrige Zinsen dürften dem privaten Verbrauch Impulse geben.

Angesichts des scharfen Wettbewerbs werden Handelsunternehmen versuchen, die Verkaufspreise trotz gestiegener Rohstoffpreise weitgehend stabil zu halten. Die Bedeutung von Handelsmarken sollte mit der Fortsetzung des Aufschwungs zunächst nicht weiter zunehmen.

Industrie: Wachstum von 6 Prozent

Das Wachstum in der Industrie wird sich nach unserer Einschätzung im Vergleich zum Vorjahr

abschwächen, aber mit 6 Prozent noch immer deutlich ausfallen.

Für die Transportindustrie rechnen wir mit einem Plus von etwa 7 Prozent, ebenso für die Automobilindustrie. Regional liegen die Wachstumsraten zwischen 5 Prozent in den USA und gut 10 Prozent in China und Indien.

Auch die Produktion im Bereich Elektronikindustrie wird weiter zunehmen. Das Wachstum von knapp 10 Prozent dürfte von allen Regionen und Branchen getragen werden. Asien wird überproportional wachsen; bei den Branchen werden Personal Computer überproportional zum Anstieg beitragen.

Die Produktion in den Bereichen Metallverarbeitung und Maschinenbau wird 2011 um etwa 7 Prozent ausgeweitet werden. Die Branchen werden hierbei von einem allmählich steigenden Bedarf an Erweiterungsinvestitionen profitieren.

Die Verpackungsbranche wird nach unserer Einschätzung mit etwa 3 Prozent wachsen. Dabei sind die Chancen für industrienaher Verpackungen günstiger als für konsumnahe Verpackungssparten.

Für die weltweite Bauwirtschaft erwarten wir ein Produktionsplus von etwa 3 Prozent, das sich regional sehr unterschiedlich verteilen wird. Während wir für die Wachstumsregionen ein Plus bei der Bauproduktion von mehr als 5 Prozent erwarten, gehen wir für Nordamerika, Westeuropa und Japan von einer Stabilisierung oder einem nur geringen Zuwachs aus.

Chancen: Wachstumsregionen und innovative Produkte mit viel Potenzial

Großes Potenzial sehen wir weiterhin in den Wachstumsregionen. Hier gibt es überdurchschnittliche Wachstumsmöglichkeiten, von denen wir über unsere lokalen Geschäftsaktivitäten profitieren werden. Hierzu gehören insbesondere die Regionen Asien, Osteuropa und Afrika/Nahost, aber auch Lateinamerika.

Chancen sehen wir auch in unseren Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Wir entwickeln stetig neue und innovative Produkte und Problem-

lösungen, die unseren Kunden einen Mehrwert bieten. Wir verfügen über eine gut gefüllte und ausgewogene Pipeline an mittel- und langfristigen Innovationsprojekten, die wir in diesem und den kommenden Jahren in allen drei Unternehmensbereichen auf den Markt bringen werden.

Eine weitere Chance stellt unser strikter Kostenfokus dar. Hierbei handelt es sich um einen Prozess, in dem wir den jeweiligen Status quo kontinuierlich hinterfragen und analysieren. Anschließend leiten wir aus den Ergebnissen Maßnahmen ab, die zu Kostensenkung, Kapazitätsanpassung und Bereinigung unseres Portfolios um Randgeschäfte und kleinere Marken führen.

Darüber hinaus ergeben sich Chancen aus der konsequenten Umsetzung und Implementierung unserer drei strategischen Prioritäten, die wir ausführlich im Kapitel „Strategie und Finanzziele 2012“ auf den **GB** Seiten 40 bis 43 erläutern.

Weitere spezifische Chancen und auch Risiken erläutern wir in den Kapiteln der Unternehmensbereiche ab **GB** Seite 66.

Ausblick des Henkel-Konzerns 2011

Bei unserer Prognose gehen wir von einem Anstieg des weltweiten Bruttoinlandsprodukts von etwa 3 Prozent aus.

Wir sind zuversichtlich, dass wir uns beim organischen Umsatzwachstum (bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments) erneut besser entwickeln werden als unsere relevanten Märkte, und erwarten ein organisches Umsatzwachstum innerhalb der Bandbreite von 3 bis 5 Prozent.

Erwartete Entwicklung der für Henkel relevanten Märkte

Unternehmensbereich	2011
Wasch-/Reinigungsmittel	0%
Kosmetik/Körperpflege	0%
Adhesive Technologies	3–5%

Die Basis dafür bildet unsere starke Wettbewerbsposition. Diese haben wir in den vergangenen Jahren mit unserer Innovationskraft, unseren

3 bis 5%

organisches Umsatzwachstum für 2011 erwartet.

starken Marken und führenden Marktpositionen sowie der Qualität unseres Portfolios gefestigt und weiter ausgebaut.

Wir haben in den vergangenen Jahren eine Reihe von Maßnahmen eingeleitet, die sich positiv auf unsere Kostenstruktur ausgewirkt haben. Aber auch in diesem Jahr wollen wir unsere Strukturen weiter an die sich stetig ändernden Marktverhältnisse anpassen und unsere strikte Kostendisziplin fortführen.

All diese Faktoren werden zusammen mit der erwarteten Umsatzsteigerung die Entwicklung unserer Ergebnisse positiv beeinflussen. Gegenüber den Werten des Jahres 2010 erwarten wir bei der bereinigten¹⁾ Umsatzrendite (EBIT) eine Steigerung auf etwa 13 Prozent (2010: 12,3 Prozent) sowie einen Anstieg des bereinigten¹⁾ Ergebnisses je Vorzugsaktie von etwa 10 Prozent.

Weitere spezifische Erwartungen erläutern wir in den Kapiteln der Unternehmensbereiche ab

 Seite 66.

Dividende

Entsprechend unserer Finanzstrategie soll die Dividendenausschüttung der Henkel AG & Co. KGaA etwa 25 Prozent des um Sondereinflüsse bereinigten Konzernergebnisses nach nicht beherrschenden Anteilen betragen. Aufgrund der erwarteten Ergebnissteigerung rechnen wir dementsprechend auch für das Geschäftsjahr 2011 mit einer Erhöhung der Dividende.

Forschung und Entwicklung

Die Entwicklung von innovativen Produkten spielt für uns in allen drei Unternehmensbereichen eine zentrale Rolle. Dementsprechend planen wir, im Geschäftsjahr 2011 etwa 2,6 Prozent unseres Umsatzes in Forschung und Entwicklung zu investieren.

Investitionen in Sachanlagen

Nachdem wir im Jahr 2010, das durch die Nachwirkungen der Krise gekennzeichnet war, unsere Investitionen zurückgefahren haben, wollen wir im Geschäftsjahr 2011 etwa 400 Mio. Euro in Sachanlagen investieren. Wir planen eine deutliche Erhöhung der Investitionen in unseren Wach-

tumsregionen. Strukturbedingt wird der größte Teil der Investitionen auf Europa und Nordamerika entfallen. Bedeutende Investitionsobjekte werden eine Hochleistungs-Verpackungslinie für Lufterfrischer in den USA (Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel), eine Verpackungsanlage für neue Faltschachteln in Deutschland (Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege) und der Bau unseres größten Werks für Klebstoffe in China (Unternehmensbereich Adhesive Technologies) sein.

Akquisitionen und Finanzierung

Im Geschäftsjahr 2011 liegt unsere Priorität auf einer weiteren Reduzierung unserer Nettoverschuldung und damit verbunden einer weiteren Stärkung unserer finanziellen Basis. Wir streben eine Wiedererlangung unseres Ziel-Ratings von „A flat“ (Standard & Poor's) beziehungsweise „A2“ (Moody's) an. Akquisitionen werden wir daher – wenn überhaupt – nur in dem Umfang durchführen, wie sie diesem Ziel nicht zuwiderlaufen.

Darüber hinaus erwarten wir für 2011 die folgenden Entwicklungen:

- Anstieg der Preise für Rohstoffe, Verpackungen, bezogene Waren und Leistungen im hohen einstelligen Prozentbereich,
- Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 100 bis 120 Mio. Euro,
- ein Finanzergebnis von etwa minus 160 Mio. Euro,
- eine Steuerquote von etwa 26 Prozent.

Umsatz- und Ergebnisprognose 2012

Mit dem Fokus auf unsere im Jahr 2008 implementierten drei strategischen Prioritäten und den bisher gemachten Fortschritten zu deren Erreichung haben wir die Grundlage für unser zukünftiges profitables Wachstum gelegt.

Wir gehen davon aus, dass die Weltwirtschaft nach dem Jahr 2011, für das wir ein Wachstum von etwa 3 Prozent erwarten, auch im Jahr 2012 ähnlich stark expandieren wird.

Darauf basierend streben wir auch im Jahr 2012 mit 3 bis 5 Prozent ein über unseren relevanten Märkten liegendes organisches Umsatzwachstum an.

Etwa **13%**
bereinigte¹⁾ Umsatzrendite
für 2011 erwartet.

Etwa **10%**
Anstieg des bereinigten¹⁾
Ergebnisses je Vorzugsaktie
erwartet.

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

Aufgrund der bereits realisierten und noch ausstehenden Maßnahmen zum Ausschöpfen des vollen Geschäftspotenzials sind wir sehr zuversichtlich, bei der bereinigten¹⁾ Umsatzrendite (EBIT) im Jahr 2012 unser Ziel von 14 Prozent und beim bereinigten¹⁾ Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) unser Ziel eines Anstiegs von mehr als 10 Prozent zu erreichen.

Finanzziele 2012

Jährliches organisches Umsatzwachstum (durchschnittlich):

3–5 Prozent

Bereinigte¹⁾ Umsatzrendite (EBIT):

14 Prozent

Jährliches Wachstum des bereinigten¹⁾ Ergebnisses je Vorzugsaktie (durchschnittlich):

>10 Prozent

Nachtragsbericht

Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Januar 2011 haben wir 100 Prozent der Anteile an der Schwarzkopf Inc., Culver City, Kalifornien, USA, erworben; sie wird von diesem Zeitpunkt an in den Konsolidierungskreis einbezogen. Bis Ende 2010 haben wir unser Friseurgeschäft in den USA mit den bekannten Marken von Schwarzkopf Professional als Lizenzgeschäft betrieben.

Mit Wirkung vom 11. Januar 2011 haben wir den Veräußerungsprozess eines nicht zum Kerngeschäft zählenden Teils des Bauklebstoffgeschäfts in Südkorea abgeschlossen. Die bis zum Zeitpunkt der Veräußerung unter dem Bilanzposten „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte“ bilanzierten Vermögenswerte wurden an den Käufer übertragen.

Gemeinsam mit unserem Kooperationspartner Sandoz haben wir beschlossen, unser 1984 gegründetes Gemeinschaftsunternehmen Biozym in Kundl, Österreich, zum Jahresende 2012 zu beenden und die dortige Eigenproduktion von Enzymen aufzugeben. Dieser Schritt trägt den veränderten Marktgegebenheiten bei Qualität und Preisen Rechnung. Am 17. Januar 2011 wurden die betroffenen Mitarbeiter unterrichtet.

Wir haben uns entschieden, die Tablettenproduktion für Maschinengeschirrspülmittel zurück in unser Werk in Düsseldorf-Holthausen zu verlagern, und den mit einem Lohnfertiger bestehenden Vertrag gekündigt. Bis zum Frühjahr 2012 werden wir rund 25 Mio. Euro investieren und in Düsseldorf-Holthausen eine Tablettenproduktion für Maschinengeschirrspülmittel aufbauen. Die zuständigen betrieblichen Gremien haben wir Mitte Januar 2011 hierüber unterrichtet.

Ende Januar 2011 haben wir unsere Eigenproduktion des Bleichaktivators TAED in Cork, Irland, durch Verkauf an einen Investor beendet. TAED (Tetra-Acetyl-Ethylen-Diamin) ist ein Zusatzstoff in Waschmitteln zur Unterstützung der Bleichleistung. Der Investor übernimmt das Werk und versorgt Henkel mit TAED.

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.