

Rettledningen for 2016 er bekreftet

Henkel fortsetter sitt solide resultat i tredjekvartal

- Selger for 4,748 millioner euro: organisk +2,8 % (nominelt: +3,4 %)
- Salgsøkning i vekstmarkedene: organisk + +6,7 %
- Driftsoverskudd: +7,6 % til 837 millioner euro
- Meget sterk forbedring av EBIT-margin: +70 prosentpoeng til 17,6 %
- Resultat per prioritert aksje (EPS): +9,2 % til 1,42 euro

Düsseldorf – «Henkel fortsatte sitt solide resultat i tredje kvartal. Salg, justert EBIT og justert resultat per prioritert aksje nådde nye høyder. Den vellykkede utviklingen og den gode inntjeningen ble drevet av alle tre forretningsenheter og det sterke engasjementet til vårt globale team», sier Henkels konsernsjef Hans Van Bylen.

«I tredje kvartal lyktes vi også med å fullføre oppkjøpet av Sun-produkter og sikre finansieringen til gunstige betingelser. Dette er den nest største transaksjonen i selskapets historie, og plasserer Henkel på en andreplass i det amerikanske markedet for klesvask og tilfører en rekke attraktive og godt etablerte merkevarer til porteføljen vår. Vi er stolte og glade over å ønske Sun-ansatte velkommen til Henkel og vi vil nå fokusere på en vellykket integrering i vår nordamerikanske forretningsområder for Laundry & Home Care.»

*Justert for engangskostnader/-inntekter og restruktureringskostnader.

I en kommentar til innværende regnskapsår, sier Hans Van Bylen: «Vi forventer at de generelt utfordrende og usikre markedsforholdene til å fortsette ut 2016. Vi vil derfor fortsette å fokusere på å utnytte våre suksessfulle merkevarer, våre ledende markedsposisjoner og vår sterke innovasjonsevne for å nå våre ambisiøse mål.»

Rettledningen for 2016 er bekreftet

Bekrefter utsiktene for innværende regnskapsår: «For hele regnskapsåret 2016 forventer vi en organisk vekst på 2–4 prosent. Vi forventer at vår justerte EBIT-margin vil stige til mer enn 16,5 prosent og det justerte resultatet per prioriterte aksje å vokse med mellom 8 og 11 prosent,» sier Hans Van Bylen.

Salgs- og inntjeningsresultater i tredje kvartal av 2016

I tredje kvartal 2016 nådde Henkels **salg** nye høyder. Salget steg med 3,4 prosent til 4 748 millioner euro. Salgsutviklingen ble drevet av solid organisk utvikling samt oppkjøp. **Organisk** salg økte – dvs. justert for valuta og oppkjøp/salg av virksomheter – med 2,8 prosent. Justert for de negative virkningene av valutakursene på 3,3 prosent, økte salget med 6,7 prosent.

Organisk salgsvekst ble drevet av solide resultater i alle forretningsenheter. Forretningsenheten **Laundry & Home Care** oppnådde en solid organisk salgsvekst på 4,0 prosent. Forretningsenheten **Beauty Care** viser til en forbedring i organisk salg på 2,6 prosent. Forretningsenheten **Adhesive Technologies** rapporterte om en økning i organisk salg på 2,5 prosent.

Etter justering av engangskostnader/-inntekter og omorganiseringsskostnader, økte **justert driftsresultat** (EBIT) med 7,6 prosent fra 778 millioner euro til 837 millioner euro. Rapportert driftsoverskudd økte med 16,4 prosent, fra 666 millioner kroner til 775 millioner euro.

Justert avkastning på salg (EBIT-margin) viste en økning på 0,7 prosentpoeng til 17,6 prosent. Rapportert avkastning på omsetningen vokste fra 14,5 prosent til 16,3 prosent.

Henkels **finansresultat** var på -15 millioner euro, og som en følge av oppkjøp, er de under nivået for samme kvartal i fjor. Rapportert skattesats var på 23,2 prosent, i samme kvartal i fjor var den på 24,6 prosent.

Justert nettoinntekt for kvartalet etter fradrag av minoritetsposter vokste med 9,2 prosent, fra 564 millioner euro til 616 millioner euro. Rapportert nettoinntekt for kvartalet økte med 18,2 prosent, fra 494 millioner euro til 584 millioner euro. Etter å ha trukket fra 8 millioner euro for ikke-kontrollerende interesser, ble kvartalsinntekten 576 millioner euro (samme kvartal i fjor: 484 millioner euro).

Justert fortjeneste per preferanseaksje (EPS) økte med 9,2 prosent, fra 1,30 euro til 1,42 euro. Rapportert EPS økte fra 1,12 euro til 1,33 euro.

Netto arbeidskapital i forhold til salget økte fra året før med 0,8 prosentpoeng til 5,2 prosent.

Gode resultater i første ni måneder av 2016

I de ni første månedene av 2016 genererte Henkel en **organisk** salgsvekst – dvs. justert for valuta og oppkjøp/salg av virksomheter – på 3,0 prosent, der alle forretningsenheter bidrar. Nominelt økte **salget** med 1,0 prosent til 13 858 millioner euro.

Justert driftsresultat økte med 6,9 prosent fra 2 253 millioner euro til 2 407 millioner euro, **justert avkastning på salg** økte fra 16,4 prosent til 17,4 prosent.

Etter at minoritetsinteresser er trukket fra, økte **justert nettoinntekt for de ni første månedene** med 8,6 prosent, fra 1 632 millioner euro til 1 772 millioner euro.

Justert fortjeneste per preferanseaksje (EPS) vokste med 8,5 prosent, fra 3,77 euro til 4,09 euro.

Pr. 30. september 2016 viste Henkels **nettofinansielle posisjon** en saldo på -2 661 millioner euro (31. desember 2015: 335 millioner euro). Endringen i forhold til utgangen av 2015 var hovedsakelig knyttet til betaling for oppkjøp samt utbytte.

Forretningsenhetens resultater i tredje kvartal 2016

I tredje kvartal 2016 fortsatte forretningsenheten **Laundry & Home Care** sin lønnsomme vekst ved å øke både omsetning og EBIT. **Salget** vokste organisk med 4,0 prosent fra år til år. Nominelt økte salget med 12,6 prosent til 1 479 millioner euro, også drevet av oppkjøpet av Sun-produkter.

Den solide organiske forbedringen ble i hovedsak drevet av virksomhetvekst i vekstmarkedene. I Asia (unntatt Japan) og Afrika/Midtøsten, oppnådde forretningsenheten tosifret vekst. Med en solid økning i salget, bidro regionene i Øst-Europa og Latin-Amerika til en vellykket ytelse. Salgsveksten i de modne markedene var solid. Salget i den nord-amerikanske regionen opplevde en solid økning fra år til år. Vest-Europa viser en positiv salgsutvikling i et svært konkurranseutsatt miljø.

Justert driftsinntekt i forretningsenheten Laundry & Home Care økte med et tosifret prosenttall på 11,0 prosent til 265 millioner euro. Med 17,9 prosent var justert avkastning på salg litt under det høye nivået i samme kvartal i fjor på grunn av oppkjøp som ble gjennomført i 2016. Korrigert for disse oppkjøpene, viste justert avkastning på salget en sterk vekst. Rapportert driftsoverskudd økte med 8,0 prosent, fra 211 millioner kroner til 228 millioner euro.

Forretningsenheten **Beauty Care** fortsatte også sin veletablerte lønnsomme vekst i tredje kvartal av 2016. Organisk økte **salget** med 2,6 prosent. Nominelt økte **salget** med 0,4 prosent til 968 millioner euro.

Forretningsenhetens vellykkede utvikling i vekstmarkedene fortsatte med en meget sterk organisk salgsvekst. Øst-Europa og Latin-Amerika har bidratt med en tosifret salgsvekst. Salget i Asia (unntatt Japan) var under nivået til tredje kvartal i 2015, mens Afrika/Midtøsten viste meget sterk vekst. Salget i de modne markedene var stabilt. I Vest-Europa og i de modne markedene i stillehavsregionen var salget under nivået til samme kvartal i fjor. I Nord-Amerika oppnådde Beauty Care en solid organisk salgsøkning.

Justert driftsresultat for forretningsenheten Beauty Care viste en meget sterk vekst 9,7 prosent til 170 millioner euro. Det var en utmerket forbedring i justert avkastning på salg med 1,4 prosentpoeng, noe som hever den til en nytt topp på 17,5 prosent. Rapportert driftsinntekten økte med 9,1 prosent til 155 millioner euro.

Forretningsenheten **Adhesive Technologies** genererte en solid organisk salgsvekst på 2,5 prosent i tredje kvartal. Nominelt utgjorde salget 2 272 millioner euro sammenlignet med 2 279 millioner euro i samme kvartal i fjor.

Vekstmarkedene fortsetter sine vellykkede resultater med en solid organisk salgsvekst. Latin-Amerika viste en tosifret vekstrate. Øst-Europa registrerte en solid organisk salgsvekst. Salget i Afrika/Midtøsten var under nivået for samme kvartal i fjor. Asia (unntatt Japan) registrerte en meget sterk organisk salgsvekst. Salget i de modne markedene ble noe redusert. I Vest-Europa og i de modne markedene i stillehavsregionen var salget under nivået til tredje kvartal i 2015. I Nord-Amerika holdt salget seg stabilt.

Justert driftsresultat for forretningsenheten Adhesive Technologies økte fra år til år med solide 4,4 prosent til 430 millioner euro. Justert salgsutbytte viste en svært sterk økning på 0,8 prosentpoeng og nådde en ny topp på 18,9 prosent. Rapportert driftsinntekt vokste med 15,3 prosent til 423 millioner euro.

Regionale resultater i tredje kvartal 2016

I et svært konkurransepreget markedsmiljø var Henkels salg i **Vest-Europa** 0,5 prosent under nivået for samme kvartal i fjor. Utviklingen i regionen var blandet. Mens Tyskland viste en svakt positiv organisk salgsvekst og Spania merket solid organisk salgsvekst, var salget i Frankrike og Italia under nivået for samme kvartal i fjor. Nominelt salg utgjorde 1 473 millioner euro sammenlignet med 1 508 millioner euro i tredje kvartal i 2015. I **Øst-Europa** økte salg organisk med 4,5 prosent. Det viktigste bidraget til dette resultatet kom fra bedrifter i Russland og Tyrkia. Med 733 millioner euro, var nominelt salg i regionen på samme nivå som i fjor. Veksten i **Afrika/Midtøsten-regionen** fortsatte å bli påvirket av den geopolitiske uroen som hersker i enkelte land. Likevel oppnådde man en sterk organisk salgsvekst på 6,9 prosent. Nominelt salg økte med 9,0 prosent til 348 millioner euro.

Salget i Nord-Amerika økte organisk med 1,6 prosent. Med 1 067 millioner euro var det nominelle salget på 13,5 % over fjorårets nivå. Organisk salg i **Latin-Amerika** økte med 13,9 prosent, der resultater i Mexico utgjør et betydelig bidrag til denne forbedringen, og leverer en tosifret økning. Nominelt salg utgjorde 268 millioner euro sammenlignet med 280 millioner euro i samme kvartal i fjor. Salget i **stillehavsregionen** vokste organisk med 4,3 prosent. Den organiske salgsforbedringen skyldes i hovedsak resultater i India, Sør-Korea og Kina, mens salget i Japan sank. Nominelt salg økte med 6,9 prosent til 830 millioner euro.

Med en økning i organisk salg på 6,7 prosent, har **vekstmarkedene** igjen bidratt over gjennomsnittet til organisk vekst i konsernet. Nominelt salg økte med 1,8 prosent til 2,031 millioner euro. Med 43 prosent var andelen av konsernets omsetning fra vekstmarkedene på nivå med tredje kvartal i 2015. I **modne markeder** økte salget med 0,1 prosent til 2 688 millioner euro.

Utsiktene for Henkel-konsernet i 2016 bekreftet

Henkel forventer å generere en organisk salgsvekst på 2-4 prosent, der hver forretningsenhet genererer vekst innenfor dette området. Når det gjelder andelen av salg fra vekstmarkeder, forventer Henkel en svak nedgang i forhold til tidligere års nivå som en følge av valutaeffekter. For justert avkastning på salget (EBIT), forventer Henkel en økning til mer enn 16,5 prosent og den

justerte avkastning på salget til hver enkelt forretningsenhet er forventet å være over nivået i fjor. Henkel forventer en økning i justert resultat per foretrukne aksje på mellom 8 og 11 prosent.

Dette dokumentet inneholder langsiktige uttalelser som er basert på dagens estimater og forutsetninger foretatt av konsernledelsen i Henkel AG & Co. KGaA. Langsiktige uttalelser er preget av bruk av ord som forventet, tenkt, planlagt, forutsi, anta, formode, estimat, forutse, prognose og lignende formuleringer. Slike uttalelser skal ikke forstås som garantier om at dette faktisk vil skje. Fremtidig ytelse og resultatene som faktisk oppnås av Henkel AG & Co. KGaA og tilknyttede selskaper, avhenger av en rekke faktorer og kan derfor arte seg annerledes enn disse langsiktige redegjørelsene legger opp til. Mange av disse faktorene ligger utenfor Henkels kontroll og kan ikke forutsis fullt og helt. Eksempler på dette er det økonomiske klimaet i fremtiden, handlinger fra konkurrenter eller andre markedsaktører. Henkel har verken til hensikt eller plikt til å oppdatere slike fremadskuende redegjørelser.

Rapporten for tredje kvartal 2016 og annen informasjon med nedlastbart materiale og lenke til telefonkonferanseoverføringen finner du følgende Internett-adresse:

www.henkel.com/ir

www.henkel.com/press

Lidija Ilic

Head of Corporate

Communications, Nordic Region

[+46 10 480 76 11](tel:+46104807611)

<http://www.henkel.fi>

lidija.ilic@henkel.com

Henkel har virksomhet over hele verden, med ledende varemerker og teknologier i tre forretningsenheter: Laundry & Home Care, Beauty Care og Adhesive Technologies. Henkel ble grunnlagt i 1876 og har globalt ledende markedsposisjoner både i forbruker- og industri sektoren, med kjente varemerker som Persil, Schwarzkopf og Loctite. Henkel har ca. 50 000 ansatte og hadde en omsetning på 18,1 milliarder euro og et justert driftsresultat på 2,9 milliarder euro i regnskapsåret 2015. Henkels preferanseaksjer er notert på den tyske aksjeindeksen DAX. Henkel Norden har ca. 400 medarbeidere og omsatte 217,4 millioner euro i 2015.