

Henkel

A Brand like a friend

Henkel steht jetzt auf zwei starken Säulen

Dr. Ulrich Lehner

Vorsitzender des Vorstands
der Henkel KGaA

in der Hauptversammlung am 6. Mai 2002



Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, sehr verehrte Damen und Herren!

Ich möchte Ihnen über das Henkel-Jahr 2001 berichten, ein Jahr, das für Henkel in mehrfacher Hinsicht ein bedeutendes Jahr war.

Herausragend im vergangenen Geschäftsjahr waren zwei große Projekte, die wir erfolgreich abschließen konnten und die zu einer strategischen Neuausrichtung der Henkel-Gruppe führten:

- ▷ der Verkauf unserer Chemiesparte Cognis und
- ▷ der Verkauf unserer Anteile am Gemeinschaftsunternehmen Henkel-Ecolab.

Diese Verkäufe haben dazu geführt, dass Henkel jetzt auf zwei starken Säulen steht: einem starken Markenartikelgeschäft und dem industrieorientierten Technologiegeschäft.

Wir haben unser Portfolio gestrafft und mit den Erlösen aus den Verkäufen unseren finanziellen Spielraum

zum weiteren Ausbau unserer Kerngeschäfte erheblich erweitert.

Wir hatten Sie, die Aktionäre, in unserer letzten Hauptversammlung darum gebeten, uns zu einem teilwei-

Wir haben unser Portfolio gestrafft und unseren finanziellen Spielraum zum weiteren Ausbau unserer Kerngeschäfte erheblich erweitert.

sen oder vollständigen Verkauf von Cognis zu ermächtigen. Ziel war es, die Eigenständigkeit von Cognis und damit seine Marktchancen zu stärken und auf diese Weise die Zukunft des Unternehmens und der Arbeitsplätze nachhaltig zu sichern.

Am 12. September 2001 haben wir mit der Investorengruppe Permira, GS Capital Partners und Schroder Ventures Life Sciences den Kaufvertrag unterzeichnet, dem die Übertragung der Geschäfte und die Zahlung des Kaufpreises am 30.11.2001 folgten. Dem

Verkauf lag ein Unternehmenswert von rund 2,5 Mrd Euro zugrunde. Damit ist es uns gelungen, einen Käufer zu finden, der die erfolgreiche Entwicklung unseres Chemiegeschäfts fortsetzen wird und den Cognis-Mitarbeitern interessante Zukunftsaussichten bietet.

Mit dem Verkauf ist für alle Mitarbeiter von Cognis eine Zeit der Unsicherheit zu Ende gegangen, und ich möchte mich an dieser Stelle noch einmal beim Cognis-Management und allen Mitarbeitern für die konstruktive Begleitung dieses Prozesses bedanken.

Cognis und Henkel werden auch in Zukunft miteinander verbunden sein: Henkel ist der größte Kunde von Cognis, Henkel erbringt an vielen Standorten und insbesondere hier in Düsseldorf erhebliche Dienstleistungen für Cognis und Henkel hat sich an der Finanzierung der Transaktion mit einem Verkäufer-Darlehen in Höhe von 350 Mio Euro beteiligt.

Die bisherige Entwicklung von Cognis hat gezeigt, dass unsere Ent-

scheidung richtig war. Insbesondere mit Blick auf Cognis-Kunden, die im Wettbewerb mit den Kerngeschäften von Henkel stehen.

Mit dem Verkauf unserer Anteile am Gemeinschaftsunternehmen Henkel-Ecolab an die Ecolab Inc. zu einem Preis von 484 Mio Euro haben wir das Geschäft in ein weltweit tätiges Unternehmen integriert, um den Bedürfnissen der zunehmend bedeutenden globalen Kunden an einer Bedienung aus einer Hand noch besser gerecht werden zu können.

Henkel hat durch eine im Zusammenhang mit dieser Veräußerung geschlossene Vereinbarung das Recht erworben, die Anteile an Ecolab Inc. auf 35 Prozent aufzustocken. Damit verbunden ist unter anderem das Recht, eine der Beteiligungshöhe entsprechende anteilige Zahl von Mitgliedern des Board zu benennen. Außerdem kann Henkel nach einer vertraglich vereinbarten Frist von 10 Jahren weitere Anteile erwerben. Henkel wird durch die erhöhte Beteiligung – und wir haben zum Jahresende die Beteiligung bereits auf 28,4 Prozent erhöht – weiterhin am Wachstum und Erfolg dieses globalen Geschäfts teilhaben.

Nach der erfolgreichen Veräußerung von Cognis und unserer Anteile an Henkel-Ecolab haben wir unsere Organisation überprüft.

Nach der erfolgreichen Veräußerung von Cognis und unserer Anteile an Henkel-Ecolab haben wir unsere Organisation überprüft: Seit Beginn dieses Jahres führen wir nun einen neuen Unternehmensbereich Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker. Damit unterstreicht Henkel seine führende Position im Markenartikel-Klebstoffgeschäft.

Zugleich haben wir die Geschäftsfelder Industrieklebstoffe, Konstruktionsklebstoffe (Loctite) und Oberflächentechnik im neuen Unternehmens-

bereich Henkel Technologies zusammengefasst. Dies erlaubt uns, die Märkte noch gezielter zu bearbeiten, den Know-how-Austausch zu verbessern und Kosten einzusparen. Ich werde Ihnen schon in dieser neuen Struktur berichten.

Meine sehr verehrten Damen und Herren! Wir sind mit Zuversicht in das Jahr 2001 gestartet. Auf der letzten Hauptversammlung waren wir mit einem Ausblick auf das Jahr 2001 verblieben, stärker als unsere Märkte wachsen zu wollen. Für Europa stützten wir uns auf gute Ergebnisse aus den ersten Monaten, für die USA und Asien hofften wir auf eine Verbesserung im zweiten Halbjahr.

Wir konnten in einem schwierigen Umfeld ein Umsatzwachstum von 2,2 Prozent auf 13,1 Mrd Euro erzielen.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben sich im Verlauf des Jahres 2001 jedoch – und insbesondere verstärkt durch die Terroranschläge im September – deutlich verschlechtert. Der Konjunkturrückgang, der in einigen Ländern deutlich rezessive Züge zeigte und uns insbesondere in den Abnehmerindustrien Elektronik und Automobil betraf, und die Währungskrise in der Türkei haben auch unsere Umsatz- und Ergebnisentwicklung negativ beeinflusst.

Dennoch konnten wir in diesem schwierigen Umfeld ein Umsatzwachstum von 2,2 Prozent auf 13,1 Mrd Euro erzielen. Die Akquisitionen erhöhten den Umsatz um 1,1 Prozent. Das Stammgeschäft trug ebenfalls mit 1,1 Prozent zur Umsatzsteigerung bei. Der Umsatz der Kerngeschäfte (ohne die veräußerten Geschäfte Cognis und Henkel-Ecolab) betrug 9,4 Mrd Euro (ein Plus von 4,9 Prozent).

Wir haben Ihnen im Laufe des Jahres umfangreich berichtet, für das Gesamtjahr liegt Ihnen der Geschäftsbericht vor. Lassen Sie mich daher kurz

gefasst über die einzelnen Geschäfte berichten:

Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel steigerte den Umsatz um 8,7 Prozent auf 3,1 Mrd Euro. Entscheidend für diese gute Entwicklung waren die Marktanteilsgewinne in Kontinentaleuropa, die vor allem auf eine erfolgreiche Innovations- und Kommunikationspolitik zurückzuführen waren. Hier haben wir mit einem Marktanteil von über 22 Prozent die Marktführerschaft übernommen. Darüber hinaus bauten wir die Marktpositionen in Mittel- und Osteuropa sowie im Nahen Osten weiter aus. Die Akquisitionen von Pemos in Russland und der Marke Viva in Mexiko trugen zur Umsatzsteigerung bei. Das betriebliche Ergebnis übertraf mit 243 Mio Euro den hohen Vorjahreswert um 12,9 Prozent und die EBIT-Marge verbesserte sich um 0,3 Prozentpunkte auf 7,9 Prozent. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital betrug 24,5 Prozent.

Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel steigerte den Umsatz um 8,7 Prozent auf 3,1 Mrd Euro.

Der Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege erzielte einen Umsatz von 2,1 Mrd Euro. Dies entspricht einem Plus von 2,8 Prozent. Wachstumsträger im Kosmetik-Markenartikelgeschäft waren vor allem die Colorationen. Auch das Friseurgeschäft entwickelte sich weiter positiv. In Benelux, Italien, Spanien und Russland konnten wir hohe Umsatzzuwächse erzielen. Das betriebliche Ergebnis erhöhte sich um 12,0 Prozent auf 166 Mio Euro. Dies entspricht einer EBIT-Marge von 8,0 Prozent gegenüber 7,3 Prozent im Vorjahr. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital stieg auf 17,4 Prozent.

Die Umsätze des neuen Unternehmensbereichs Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker lagen mit 1,3 Mrd Euro leicht unter dem Vor-

jahresniveau. Die anhaltend schwache Baukonjunktur in Europa und der rückläufige Markt für Tapetenkleister und Haushaltsklebstoffe, insbesondere in Deutschland, beeinflussten die Geschäfte negativ. Zusätzlich verhinderten Produktfälschungen in Brasilien eine stärkere Umsatzentwicklung. Das betriebliche Ergebnis sank um 30,6 Prozent auf 110 Mio Euro. Damit verbunden war ein Margenrückgang um 3,7 Prozentpunkte auf 8,6 Prozent. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital lag mit 15,7 Prozent unter Vorjahr.

Der Umsatz der Geschäfte des neu gebildeten Unternehmensbereichs Henkel Technologies stieg um 5,6 Prozent auf 2,8 Mrd Euro.

Der Umsatz der Geschäfte des neu gebildeten Unternehmensbereichs Henkel Technologies stieg um 5,6 Prozent auf 2,8 Mrd Euro. Dieser Anstieg ist jedoch ausschließlich auf die Akquisitionen Dexter und das Oberflächengeschäft von Atofina zurückzuführen. Der Einbruch im weltweiten Elektronikgeschäft und der Rückgang der nordamerikanischen Automobilproduktion wirkten sich negativ auf die Geschäfte aus. Während sich die europäischen Aktivitäten zunächst noch positiv entwickelt hatten, wurden auch diese im Jahresverlauf von der Rezession in den USA eingeholt.

Erfreulicherweise konnte der Bereich Henkel Technologies in dieser schwierigen wirtschaftlichen Situation seine führende Marktstellung behaupten. Das betriebliche Ergebnis sank um 28,5 Prozent auf 138 Mio Euro. Die Marge ging damit von 7,2 auf 4,9 Prozent zurück und die Rendite auf das eingesetzte Kapital reduzierte sich deutlich auf 8,1 Prozent.

Mit dem Ziel der besseren internationalen Vergleichbarkeit der Segmentergebnisse haben wir die Aufwendungen für die Konzernsteuerung sowie die Kosten der zentralen For-

schung mit den sonstigen Aktivitäten im neuen Segment Corporate zusammengefasst und berichten damit über unsere vier Unternehmensbereiche und unser Segment Corporate.

In der Summe erhöhte sich der Umsatz der fortgeführten Geschäfte von 8,975 Mrd Euro auf 9,410 Mrd Euro: Das sind 4,9 Prozent; das operative Ergebnis der fortgeführten Geschäfte (ohne Sondereinflüsse) ging um 4,4 Prozent von 630 Mio Euro auf 602 Mio Euro zurück.

Unter Einbeziehung der veräußerten Geschäfte stieg der Umsatz des Henkel-Konzerns von 12,779 Mrd Euro auf 13,060 Mrd Euro: Das ist ein Zuwachs von 2,2 Prozent. Die Geschäfte von Cognis und Henkel-Ecolab gingen im Ergebnis zurück, stärker als die fortgeführten Geschäfte wuchsen, so dass das operative Ergebnis der Gruppe (ohne Sondereinflüsse) von 950 Mio Euro auf 885 Mio Euro zurückging. Das sind minus 6,8 Prozent.

Das operative Ergebnis der Gruppe (ohne Sondereinflüsse) ging um 6,8 Prozent von 950 Mio Euro auf 885 Mio Euro zurück.

Die Veräußerung von Cognis und unserer Anteile an Henkel-Ecolab haben wir zum Anlass genommen, die Strukturen der Henkel-Gruppe zu überprüfen. Die Änderung in unseren Sparten habe ich bereits erwähnt. Im Herbst letzten Jahres haben wir unter der Überschrift „Strong for the Future“ ein konzernweites Sonderrestrukturierungsprogramm gestartet, das jetzt umgesetzt wird.

Ziel dieses Programms ist es, die Wettbewerbsfähigkeit in allen Unternehmensbereichen durch eine nachhaltige Senkung der Kosten in Produktion, Vertrieb und Verwaltung zu verbessern. Eine Reihe von Standorten wird teilweise oder ganz geschlossen. Der Gesamtaufwand des Programms beträgt 327 Mio Euro und ist

in dieser Höhe als Aufwand im Abschluss berücksichtigt.

Das Sonderrestrukturierungsprogramm soll zu Einsparungen von rund 130 Mio Euro pro Jahr führen. Im Jahr 2002 wollen wir einen Teil der Einsparungen realisieren. Das gesamte Einsparvolumen wollen wir vom Jahr 2003 an erreichen.

Das Sonderrestrukturierungsprogramm trägt auch dem Zusammenrücken der europäischen Wirtschaft Rechnung und integriert die durch Akquisitionen erworbenen Standorte.

Das Sonderrestrukturierungsprogramm soll zu Einsparungen von rund 130 Mio Euro pro Jahr führen.

Beziehen wir die Aufwendungen aus dem Restrukturierungsprogramm und die vor dem Hintergrund der entfallenden planmäßigen Abschreibungen auf erworbene Geschäftswerte vorgenommenen Sonderabschreibungen auf Geschäftswerte und die Sondereinflüsse aus der Veräußerung von Cognis und den Anteilen am Gemeinschaftsunternehmen Henkel-Ecolab in die Ergebnisdarstellung mit ein, so ergibt sich das folgende Bild:

Das operative Ergebnis des Henkel-Konzerns in Höhe von 885 Mio Euro erhöht sich um die Veräußerungsgewinne von Cognis: 545 Mio Euro und Henkel-Ecolab: 358 Mio Euro. Es vermindert sich um die Aufwendungen aus dem Sonderrestrukturierungsprogramm: 327 Mio Euro und die außerplanmäßigen Abschreibungen auf Geschäftswerte: 251 Mio Euro. Damit ergibt sich ein EBIT für das Jahr 2001 in Höhe von 1,210 Mrd Euro, der um 27,4 Prozent über dem EBIT des Jahres 2000 liegt.

Unter Einbeziehung des Finanzergebnisses, in dem insbesondere die Equity-Erträge von Clorox und Ecolab enthalten sind sowie der Zinssaldo, und der Steuerbelastung, ergibt sich für den Henkel-Konzern ein Jahresüberschuss von 541 Mio Euro, der

7,1 Prozent über dem Rekordwert des Jahres 2000 liegt. Rechnen wir die Sondereinflüsse aus dem Jahresüberschuss heraus, so ergibt sich ein Jahresüberschuss von 476 Mio Euro, was einem Rückgang von 5,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht.

An dieser Stelle noch eine Anmerkung zu unseren Beteiligungen:

Henkel hält derzeit eine Beteiligung an Clorox von 27 Prozent. Im Geschäftsjahr 2000/2001 sank der Umsatz von Clorox auf 3.903 Mio US-Dollar. Der Jahresüberschuss ging um 18 Prozent auf 323 Mio US-Dollar zurück. Der Aktienkurs von Clorox stieg im Jahr 2001 um 11,4 Prozent. Der Börsenwert unserer Beteiligung belief sich am 31.12.2001 auf 2.563 Mio US-Dollar.

Henkel hält derzeit eine Beteiligung an der Ecolab Inc. von 28,3 Prozent. Im Geschäftsjahr 2001 erzielte Ecolab einen Umsatz von 2.354 Mio US-Dollar. Der Jahresüberschuss ging um 8,7 Prozent auf 188 Mio US-Dollar zurück. Der Aktienkurs verminderte sich um 6,8 Prozent. Der Börsenwert unserer Beteiligung betrug zum 31.12.2001 1.464 Mio US-Dollar.

Soweit, meine Damen und Herren, mein Bericht zum Verlauf unserer Geschäfte im Jahr 2001. Wir freuen uns, dass sich dieser Geschäftsverlauf auch im Aktienkurs niedergeschlagen hat.

In einem schwierigen Börsenumfeld konnte sich die Henkel-Aktie sehr gut behaupten. Der Deutsche Aktienindex DAX ging im Jahr 2001 um 19,8 Prozent, der Dow Jones Stoxx 600 um 17,0 Prozent zurück. Die Henkel-Vorzugsaktien fielen dagegen lediglich um 9,0 Prozent, die Stammaktien um 4,2 Prozent.

Und während der DAX seit Jahresanfang um knapp 4 Prozent gefallen ist, ist die Henkel-Vorzugsaktie um mehr als 20 Prozent gestiegen.

Auch unsere Finanzratings sind unverändert gut: Seit 1993 beurteilen die Rating-Agenturen Standard & Poor's und Moody's jährlich die Kreditwürdigkeit des Henkel-Konzerns.

Im Mai 2001 wurden die guten Ratings erneut bestätigt. Sie ermöglichen uns, den Fremdkapitalbedarf weiterhin zu günstigen Konditionen auf den internationalen Geld- und Kapitalmärkten zu decken. Ausschlaggebend für die Bewertung der Rating-Agenturen waren die führenden Marktpositionen, die finanzielle Flexibilität, die Managementqualität sowie nicht zuletzt die Offenheit und Glaubwürdigkeit unserer Kommunikation mit den Analysten.

Auch unsere Finanzratings sind unverändert gut.

Erfreulich ist auch, dass unsere Vorzugsaktien ab Juni in die Indizes der Morgan Stanley Capital International (MSCI) aufgenommen werden und seit dem 12. April im Dow Jones (DJ) Germany Titans 30 enthalten sind.

Zur Dividende:

Ohne Berücksichtigung der Sondereinflüsse ging unser Ergebnis zurück. Dennoch schlagen wir der Hauptversammlung vor, das hohe Dividendenniveau des Vorjahres zu halten und auf die Stammaktien eine Dividende von 1,06 Euro und auf die Vorzugsaktien eine Dividende von 1,12 Euro je Aktie auszuschütten.

Die Ausschüttung der Dividende erfolgt aus dem Bilanzgewinn der Henkel KGaA. Die Dividende beträgt bezogen auf den Jahresüberschuss des Henkel-Konzerns nach Anteilen Fremder 31,1 Prozent. Gemäß unserer Finanzstrategie soll die Bardividende mindestens 30 Prozent des Jahresüberschusses des Henkel-Konzerns nach Fremdanteilen ausmachen.

Corporate Governance:

Im vergangenen Jahr habe ich Ihnen berichtet, dass wir kurz vor der Fertigstellung eines Corporate Governance Kodex für Henkel stünden und diesen bald veröffentlichen wollten. Nach Einsetzung der Regierungskommission und der Arbeit der Cromme-Kommission habe ich mich entschlos-

sen, das Ergebnis dieser Arbeiten abzuwarten.

Heute können wir folgendes feststellen:

Wir schlagen der Hauptversammlung vor, das hohe Dividendenniveau des Vorjahres zu halten.

Die Handhabung bei Henkel entspricht im Wesentlichen dem Kodex. Nur bei einigen wenigen Punkten ergeben sich aufgrund der besonderen Unternehmensstruktur der KGaA Modifikationen.

Leider hat sich die Diskussion über den Kodex nach seiner Veröffentlichung sehr stark auf einen Punkt beschränkt, auf die Empfehlung des individuellen Ausweises der Vorstandsbezüge.

Was nun diese Empfehlungen bezüglich der Vergütung der Mitglieder der Geschäftsführung betrifft, so entsprechen unsere heutigen Angaben schon weitestgehend dem Corporate Governance Kodex. Wir haben die Angaben aufgeschlüsselt in die Gesamtvergütung sowie in Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung, d.h. unser Aktien-Optionsprogramm.

Künftig werden wir die Gesamtbezüge der Mitglieder der Geschäftsführung noch weiter aufschlüsseln in fixe und variable Anteile. Ein weiteres Herunterbrechen dieser Angaben auf die einzelnen Mitglieder ist zur Zeit nicht vorgesehen, denn wir glauben, dass Ihnen unsere Ausweispraxis schon heute die Möglichkeit gibt, sich ein klares Bild von den Bezügen zu machen.

Meine Damen und Herren, lassen Sie mich nunmehr einige kurze Ausführungen zur heutigen Tagesordnung machen, die Sie mit der Einladung zur Hauptversammlung erhalten haben.

Unter TOP 7 der Tagesordnung soll die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien bis zu 10 Prozent erneuert werden. Die derzeit bestehende

Ermächtigung läuft nach der Regelzeit von 18 Monaten am 30. Oktober 2002 aus, und wir möchten die Ermächtigung erneuern. Mit den erworbenen eigenen Aktien sollen vornehmlich die Aktienoptionen aus unserem Stock Incentive Programm bedient werden. Darüber hinaus soll die Verwendung eigener Aktien auch z.B. als Gegenleistung im Zusammenhang mit Unternehmenserwerben ermöglicht werden. Einzelheiten hierzu können Sie wie gesagt dem ausführlichen Bericht der Geschäftsführung entnehmen, der in der Tagesordnung zur Hauptversammlung enthalten ist.

Die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien soll bis zu 10 Prozent erneuert werden.

Von der bestehenden Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien haben wir bisher wie folgt Gebrauch gemacht:

Der Bestand an eigenen Aktien beläuft sich zum 31.12.2001 auf 1.800.800 Stück Vorzugsaktien. Davon wurden bereits 992.680 Stück Vorzugsaktien zum Durchschnittspreis von 63,09 Euro in 2000 gekauft. In 2001 wurden zusätzlich 808.120 Stück Vorzugsaktien zum Durchschnittspreis von 69,95 Euro erworben. Seit dem 01.01.2002 haben wir weitere 142.200 Stück Vorzugsaktien zum Durchschnittspreis von 70,76 Euro hinzuerworben.

Zum heutigen Tage besitzt Henkel somit 1.943.000 Stück Vorzugsaktien. Das entspricht einem Anteil am Grundkapital von rund 1,33 Prozent. Der Gesamtkaufpreis betrug rund 129 Mio Euro.

Unter TOP 8 schlagen wir Ihnen die Änderung des Stock Incentive Programms der Henkel-Gruppe im Wesentlichen in zwei Abwicklungspunkten vor. Der Zeitraum von bislang 60 aufeinander folgenden Börsenhandelstagen für die Ermittlung des Erwerbspreises und der Performance der Henkel-Aktie soll auf 20 aufeinander folgende Börsenhandels-

tage verkürzt werden, ebenso wie eine Reihe anderer Zeiträume, die daran anknüpfend im Programm definiert sind. Weiterhin sollen die Aktienoptionen künftig jederzeit ausgeübt werden können. Ausgenommen hiervon ist ein Zeitraum von vier Wochen vor den öffentlichen Berichtsterminen der Gesellschaft. Die derzeitige Regelung sieht Handelsfenster von 28 Kalendertagen nach den öffentlichen Berichtsterminen der Henkel KGaA vor, an denen die Berechtigten ihre Aktienoptionen ausüben können.

Beide Maßnahmen dienen dem Ziel, das Programm einfacher zu gestalten. Auch zu diesem Punkt hat Ihnen die Geschäftsführung einen Bericht erstattet, dem Sie weitere Einzelheiten entnehmen können. Er ist in der Tagesordnung zur Hauptversammlung enthalten.

Zum heutigen Tage besitzt Henkel 1.943.000 Stück Vorzugsaktien. Das entspricht einem Anteil am Grundkapital von rund 1,33 Prozent.

Alle übrigen Bedingungen des Stock Incentive Programms bleiben unverändert. Dies gilt insbesondere für das Eigeninvestment der Mitglieder der Geschäftsführung und des Direktoriums sowie der gleichgestellten Mitglieder der Geschäftsführungen Verbundener Unternehmen. Diese Teilnehmer müssen auch weiterhin für je 1 Optionsrecht 1 Vorzugsaktie als Eigeninvestment einbringen und für die Dauer der dreijährigen Sperrfrist hinterlegen.

Zu TOP 9: Die Henkel KGaA hat mit der Henkel Erste Verwaltungsgesellschaft mbH und der Henkel Chemie Verwaltungsgesellschaft Beherrschungs- und Gewinnabführungsverträge abgeschlossen. Bei diesen Gesellschaften handelt es sich um 100%-ige Tochtergesellschaften der Henkel KGaA.

Zweck der Vertragsabschlüsse ist im Wesentlichen die managementmäßige Integration und die Fortsetzung bzw. Begründung der gewerbe- und körperschaftsteuerlichen Organisation. Die Verträge sehen vor, dass die Tochtergesellschaften ihre Leitung der Henkel KGaA unterstellen und sich verpflichten, ihren ganzen Gewinn an die Henkel KGaA abzuführen. Die Henkel KGaA hat im Gegenzug eventuelle Jahresfehlbeträge der Tochtergesellschaften auszugleichen.

Die Verträge wurden mit wirtschaftlicher Wirkung ab 01.01.2002 abgeschlossen und können mit einer Frist von 3 Monaten zum Ende des Geschäftsjahres gekündigt werden, erstmals jedoch zum 31.12.2006.

Soweit meine Anmerkungen zu den Tagesordnungspunkten.

Meine Damen und Herren, ich möchte jetzt zum Bericht über das 1. Quartal des laufenden Geschäftsjahres kommen und daran anschließend zum Ausblick.

Im ersten Quartal 2002 steigerte die Henkel-Gruppe den Umsatz im Vergleich zum Vorjahresquartal auf Basis der fortgeführten Geschäfte um 3,9 Prozent auf 2,4 Mrd Euro. Dies gelang trotz eines weiterhin schwierigen Marktumfeldes. Das betriebliche Ergebnis (EBIT) lag mit 162 Mio Euro um 3,1 Prozent über dem vergleichbaren Vorjahreswert. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) stieg um 1,5 Prozentpunkte auf 14,4 Prozent.

Im ersten Quartal 2002 lag das betriebliche Ergebnis (EBIT) mit 162 Mio Euro um 3,1 Prozent über dem vergleichbaren Vorjahreswert.

Der Quartalsüberschuss lag mit 93 Mio Euro um 17 Prozent unter dem Wert des Vorjahresquartals. Er wurde durch einen Ergebniseffekt in Höhe von 12 Mio Euro aus Sonderabschreibungsmaßnahmen bei Clorox belas-

tet. Ohne diesen Effekt liegt der Rückgang gegenüber dem Vorjahr bei 6,3 Prozent und damit im Rahmen unserer Erwartungen. Die fehlenden betrieblichen Ergebnisse der divestierten Geschäfte Cognis und Henkel-Ecolab konnten durch ein deutlich verbessertes Finanzergebnis teilweise kompensiert werden.

Das Ergebnis je Aktie sank von 0,75 Euro auf 0,66 Euro. Ohne Clox-Effekt aus den Sonderabschreibungen im ersten Quartal 2002 liegt das Ergebnis je Aktie bei 0,74 Euro.

Der Aktionärsbrief über das erste Quartal 2002 mit allen Details liegt heute hier aus.

Zum Ausblick für das laufende Jahr:

Wir rechnen damit, dass das wirtschaftliche Umfeld für unsere Geschäfte zumindest im ersten Halbjahr 2002 schwierig bleiben wird. Von den wichtigen Industriesektoren Maschinenbau, Elektrotechnik und Automobilindustrie erwarten wir in den ersten beiden Quartalen nur wenige positive Impulse für unser Geschäft. Ob die Bauindustrie die Talsohle wohl in 2001 erreicht hat, ist ungewiss. Wir gehen bei unseren bauabhängigen Geschäften in diesem Jahr von einer allmählichen Verbesserung aus. Für das Markenartikelgeschäft erwarten wir eine weiterhin positive Entwicklung.

Angesichts des schwierigen wirtschaftlichen Umfeldes haben wir uns folgende Schwerpunkte gesetzt:

- ▷ Profitables Wachstum zur Stärkung des Stammgeschäfts,
- ▷ Strikte Kontrolle der Kosten, der Investitionen und des Umlaufvermögens,
- ▷ Trennung von dauerhaft unrentablen Aktivitäten,
- ▷ Ausschöpfung von Synergien durch die neue Organisation.

Wir rechnen damit, dass wir im Jahr 2002 den Umsatz auf über 10 Mrd Euro steigern können. Mit unserer neuen Unternehmensstruktur – ohne Cognis und Henkel-Ecolab – erwarten wir eine Steigerung des be-

trieblichen Ergebnisses um gut 10 Prozent. Alle Unternehmensbereiche werden zu diesem Wachstum beitragen. Insbesondere erwarten wir im Bereich Henkel Technologies eine nachhaltige Verbesserung der Geschäftsentwicklung im zweiten Halbjahr.

**Wir rechnen damit,
dass das wirtschaftliche
Umfeld für unsere
Geschäfte zumindest im
ersten Halbjahr 2002
schwierig bleiben wird.**

Das Finanzergebnis 2002 wird sich merklich verbessern, da die Zinsaufwendungen durch die verringerten Finanzschulden deutlich zurückgehen werden. Der Jahresüberschuss 2002 wird unter dem im Jahr 2001 erzielten Jahresüberschuss von 476 Mio Euro (ohne Sondereinflüsse) liegen, da die Verbesserung des Zinsergebnisses die entfallenden EBITs noch nicht kompensieren kann.

A Brand like a Friend

Als Fritz Henkel vor 125 Jahren das Unternehmen Henkel gründete, da hatte er wenig Geld und eine große Vision: Er wollte Produkte schaffen, die das Leben der Menschen einfacher und leichter machen. Das gelang ihm eindrucksvoll mit dem ersten selbsttätigen Waschmittel der Welt, das das Ende des mühevollen Waschtags der Frauen brachte. Diese Idee machte aus einem kleinen Dreimann-Betrieb einen Weltkonzern, der heute in mehr als 75 Ländern vertreten ist und an dem Sie beteiligt sind.

Heute besitzt Henkel nicht nur höchste Kompetenz und Perfektion bei Waschmitteln, sondern auch in der Schönheitspflege, der Reinigung sowie in der Klebe- und Oberflächentechnik. Henkel ist ein Unternehmen, das enorm starke Marken und Technologien entwickelt.

Eines hat sich in den 125 Jahren der Geschichte von Henkel jedoch

nicht verändert. Alles, was das Unternehmen entwickelt, herstellt und vertreibt, verfolgt bis heute nur den einen Zweck: das Leben der Menschen leichter, besser und schöner zu machen. Jede Marke und jede Technologie – sei es für die Hausfrau, den Heimwerker oder den Industriekunden – hilft unseren Kunden dabei, ihr Leben oder ihre Arbeit besser zu machen.

So leitet sich aus einer Vision des Henkel-Gründers die neue Positionierung ab, die schlicht und einfach besagt: „Henkel – Eine Marke wie ein Freund“ oder – international – „Henkel – A Brand like a Friend“.

**„Henkel – A Brand like
a Friend“ drückt unsere
Verpflichtung gegenüber
all unseren Partnern
und besonders auch
unseren Kunden aus.**

Wir wollen unsere Unternehmensmarke Henkel in einen neuen Fokus stellen, ihren globalen Wert für das Unternehmen steigern und in allen Geschäften und Funktionen stärker nützen.

Dazu haben wir unsere Unternehmensstrategie auch auf nachhaltiges Wirtschaften ausgerichtet. Wie wir Ökonomie, Ökologie und gesellschaftliche Verantwortung gleichrangig und erfolgreich verbinden, dokumentieren wir im aktuellen Nachhaltigkeitsbericht. Er liegt für Sie heute ebenfalls hier bereit.

„Henkel – A Brand like a Friend“ drückt unsere Verpflichtung gegenüber all unseren Partnern und besonders auch unseren Kunden aus. Wir wollen unsere starken Marktpositionen weiter ausbauen und ein weltweit erfolgreiches Unternehmen mit starken Marken und überlegenen Technologien sein.

Meine Damen und Herren,

ich danke Ihnen herzlich für Ihre Aufmerksamkeit.