



# Henkel:

**MOOIE MERKEN  
MAAR WEINIG GROEI**

**Henkel is zeer winstgevend, heeft een sterke balans en een bescheiden waardering.** Maar om het aandeel koopwaardig te maken is meer nodig, meent Hendrik Oude Nijhuis.

**D**e activiteiten van het Duitse concern Henkel zijn in drie divisies onderverdeeld: lijm- en kleefproducten (47 procent van de omzet), schoonheids- en verzorgingsproducten (20 procent) en was- en reinigingsproducten (33 procent). Een stevig deel van de omzet (40 procent) wordt in opkomende markten behaald. De zwakke resultaten bij Henkel de laatste tijd lijken vooral een gevolg van eigen handelen, het bedrijf

heeft wat te sterk op kostenbesparingen ingezet.

Bij de lijm- en kleefproducten gaat het om merken als Pritt en Pattex. Bij de schoonheids- en verzorgingsproducten heeft Henkel merken als Schwarzkopf, Fa, Syoss en Theramed in huis en bij de was- en reinigingsproducten zijn Persil, Witte Reus, Dixan, Sun en All de grote namen.

**OPSPLITSEN NIET WAARSCHIJNLIJK**  
De marktpositie van Henkel is



#### OVER DE AUTEUR

*Hendrik Oude Nijhuis is een expert op het gebied van waarde-beleggen en auteur van de bestseller:*

*'Leer beleggen als Warren Buffett - zijn beleggingsstrategie in theorie & praktijk' (www.beterinbeleggen.nl)*  
*De auteur bezit geen aandelen Henkel.*

redelijk goed. De onderneming beschikt over veel merken met sterke marktposities in deelmarkten, waarbij de marktaandelen over het algemeen vrij stabiel zijn.

Henkel bestaat al meer dan 140 jaar, maar is nog altijd voor circa 60 procent in handen van de familie Henkel. Het bedrijf is de grootste lijmproducent ter wereld en naast de genoemde consumentenmerken geldt dat er een steeds groter deel van de omzet wordt behaald uit industriële lijmen voor auto's, vliegtuigen en chips voor smartphones.

Vanwege de sterk uiteenlopende activiteiten van Henkel wordt zo nu en dan over een opsplitsing gerept. Dat geldt des te meer nu de