

Aktieninfo Procter & Gamble

Branche: Defensiver Konsum

1. Februar 2012

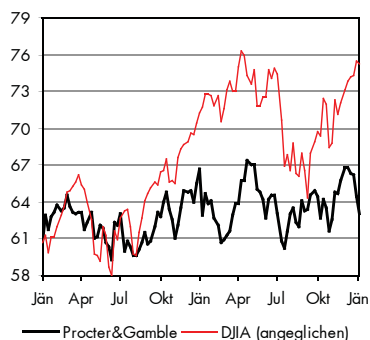


Einschätzung: Halten (auf Sicht 12 Monate)

Kurs* in USD	63,04
ISIN	US7427181091
Hauptbörse	New York
Homepage	www.procterundgamble.de
Marktkap. in Mio. EUR	132.642
Umsatz in Mio. EUR	63.067
Verschuldungsgrad	32,0%
Anzahl der Mitarbeiter	129.000
Fiskaljahresende	30.06.
Index	DJIA
Indexgewichtung	3,8%

* Kurs vom 01.02.2012, 02:04 MEZ

Procter&Gamble vs DJIA



Quelle: Thomson Reuters

Analyst: Christine Nowak

Medieninhaber (Verleger), Herausgeber

Raiffeisen RESEARCH GmbH
A-1030 Wien, Am Stadtpark 9
Telefon: +43 1 717 07 - 1521

Dieser Bericht wurde von Raiffeisen RESEARCH ausschließlich zu Informationszwecken erstellt. Die in diesem Bericht enthaltenen Angaben, Analysen und Prognosen basieren auf dem Wissensstand und der Markteinschätzung der mit der Erstellung dieses Berichtes betrauten Personen zu Redaktionsschluss. Raiffeisen RESEARCH behält sich in diesem Zusammenhang das Recht vor, jederzeit Änderungen oder Ergänzungen vorzunehmen. Die Vervielfältigung, Weiterleitung und Verteilung von Texten oder Textteilen dieses Berichtes ist ausdrücklich untersagt. Raiffeisen RESEARCH übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Genauigkeit der im Bericht enthaltenen Informationen und/oder für das Eintreten der Prognosen.

Im Wesentlichen werden folgende Quellen verwendet: Thomson Reuters, Factiva, Bloomberg, Value Line, Hoppenstedt, Hoovers Handbook.

Dieser Bericht richtet sich ausschließlich an Marktteilnehmer, die in der Lage sind, ihre Anlageentscheidungen eigenständig zu treffen und sich dabei nicht nur auf die Analysen und Prognosen von Raiffeisen RESEARCH stützen.

Dieser Bericht ist unverbindlich und stellt weder ein Angebot zum Kauf der genannten Produkte noch eine Anlageempfehlung dar.

Ausführlicher Disclaimer sowie Offenlegung gemäß § 48f Börsengesetz: <http://www.raiffeisenresearch.at> -> "Disclaimer".

Negative Währungseffekte belasten zusätzlich

Procter & Gamble (P&G) ist Amerikas größter Hersteller von Haushaltsprodukten. Rund 61 % der Umsätze werden in Nordamerika und Westeuropa erzielt. Zu den wichtigsten Produktbereichen zählen mit 30 % Umsatzanteil Fabric/Home Care (Ariel, Dash, Mr. Proper), mit 19 % Baby Care (Bounty, Charmin, Pampers), mit 14 % Hygiene (Always, Crest, Oral-B), mit 24 % Beauty (Head&Shoulders, Olay, Pantene, Wella) und mit 9 % Grooming (Gillette, Braun).

Haushalt/Kosmetik

- + Haushaltsprodukte sind im Defensiven Konsum das Segment mit der höchsten Innovationsrate
- Preiskampf um Marktanteile drückt Margen

Procter & Gamble (P&G)

- o P&G konnte im zweiten Geschäftsquartal 2011/12 mit einem organischen Umsatzwachstum von vier Prozent (+1 % Volumen, +4 % Preise, -1 % Produktmix) aufwarten.
- o Ohne Sonderbelastungen fiel der Konzerngewinn je Aktie um drei Prozent auf USD 1,10; dieser lag leicht über den Erwartungen.
- Eine milliardenschwere Abschreibung (USD 1,5 Mrd.) auf das schwache Friseurgeschäft belastete die Bilanz. Das Friseurbedarfsgeschäft ist stark konjunkturabhängig. Dieser Geschäftsbereich ist im Hochpreissegment angesiedelt und mehr als 50 % der Umsätze entfallen auf die westeuropäischen Absatzmärkte, wo zuletzt diese deutlich zurückgingen.
- Das Umsatzwachstum und Kostensenkungen konnten den prozentual zweistelligen Anstieg der Rohstoffpreise nicht kompensieren. Die Bruttogewinnmarge sank um 210 Basispunkte auf 49,7 %.
- Auch wenn sich die Lage auf einigen Rohstoffmärkten etwas entspannt hat, rechnet die Unternehmensleitung im weiteren Jahresverlauf mit einer Kostenbelastung in Höhe von USD 1,8 Mrd.
- Negative Wechselkurseffekte belasten die Gesamtjahresprognose.
- + Produktivitätsverbesserungen werden voran getrieben.
- + Die Bedeutung der Emerging Markets nimmt weiter zu. Rund 37 % des Umsatzes soll Ende des Geschäftsjahres auf diese Absatzmärkte entfallen. 2007 lag der Anteil noch bei 27 % der Umsätze.

Fazit: Aufgrund der weiterhin schwierigen makroökonomischen Rahmenbedingungen in den entwickelten Industriestaaten hat die Unternehmensleitung die Konsequenzen gezogen und die Gesamtjahresprognose sowohl für das Umsatz- als auch das Gewinnwachstum gesenkt. Die Probleme, die P&G mit Wachstum und Rentabilität in den margenstarken Märkten Nordamerikas und Westeuropas hat, lassen sich nur sukzessive mit Preiserhöhungen, verstärkten Kostensenkungsprogrammen und neuen innovativen Produkten lösen. Und dieser Weg ist ein steiniger. Wir bleiben daher weiterhin bei unserer „Halten“-Einschätzung.

	KGV	Gewinn/ Aktie	Gewinn- wachstum	Kurs/ Umsatz	Kurs/ Buchwert	Dividenden- rendite	Dividende/ Aktie
2010/11	16,0	3,95	-3,9%	2,10	2,63	3,1%	1,97
2011/12e	15,6	4,04	2,3%	2,03	2,82	3,4%	2,12
2012/13f	14,3	4,41	9,2%	1,97	2,73	3,8%	2,37

Quelle: IBES Konsensschätzungen von Thomson Reuters

