



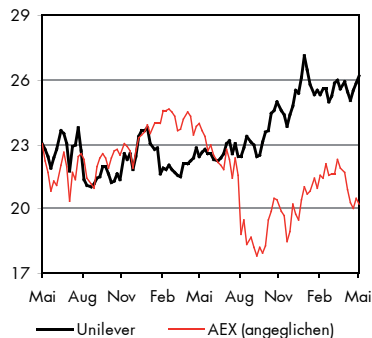
Einschätzung:

Halten (auf Sicht 12 Monate)

Kurs* in EUR	26,195
ISIN	NL000009355
Hauptbörse	Euron. Amsterdam
Homepage	www.unilever.de
Marktkap. in Mio. EUR	73.584
Umsatz in Mio. EUR	46.467
Verschuldungsgrad	47,4%
Anzahl der Mitarbeiter	169.000
Fiskaljahresende	31.12.
Index	AEX
Indexgewichtung	16,6%

* Kurs vom 07.05.2012, 17:36 MEZ

Unilever vs. AEX



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 oder 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 Börsegesetz: <http://www.raiffeisenresearch.at> -> "Disclaimer".

Unilever profitiert weiterhin von den Emerging Markets

Der niederländisch-britische Konsumgüterkonzern Unilever produziert abgepackte Lebensmittel und Getränke sowie Artikel für den täglichen Bedarf. Zu den wichtigsten Produkten zählen Lipton-Tee, Knorr-Suppen, Omo Waschmittel sowie Slim Fast Diätprodukte.

Lebensmittel, Getränke und Tabak

- + Rasche Anpassung an die Konsumentenbedürfnisse.
- o Entspannung bei den Rohstoffkosten.

Unilever:

- + Die Umsatzzahlen von Unilever lagen deutlich über den Analystenschätzungen. So stieg das organische Umsatzwachstum um 8,5 % und bei der Absatzmenge konnte sogar eine Steigerung um 3,5 % erzielt werden.
- + Einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg lieferten die Sparten „Home Care“ (+10 %) und „Personal Care“ (+10 %).
- + Über den Unternehmens-Erwartungen lag auch das Umsatzwachstum (+11,9 %) in den Emerging Markets. Ein gutes Zeichen, da bereits mehr als 56 % der Umsätze in diesen Ländern erwirtschaftet werden.
- Negatives Mengenwachstum in Nordamerika (15 % der Umsätze werden in NA erwirtschaftet).
- Die Rohstoff-Kostenbelastung hat sich im Laufe des ersten Quartals verschlechtert. Das Management zeigt sich allerdings zuversichtlich, die steigenden Kosten mit Hilfe von Preiserhöhungen, besserer Produktmix, Kosteneinsparungen und Akquisitionssynergien ausgleichen zu können. Die Rohstoffkosten-Inflation für 2012 wird aller Voraussicht über den veranschlagten fünf Prozent liegen. Dies bezieht sich in erster Linie auf höhere Preise für Pflanzenöle und erdölbezogene Kosten.

Fazit: Auch wenn die Zahlen für das erste Quartal vorerst noch keine Verlangsamung des Geschäftes erkennen lassen, bleibt die Geschäftsleitung hinsichtlich des weiteren Geschäftsverlaufes vorsichtig optimistisch. Die schwierigen konjunkturellen Rahmenbedingungen vor allem in den entwickelten Absatzmärkten werden weiterhin als Belastung gesehen. Der Vorteil von Unilever besteht zwar darin, dass bereits mehr als die Hälfte der Umsätze in den Emerging Markets erzielt werden. Allerdings bekommt der Konzern aufgrund seiner starken Positionierung im Haushalts- und Kosmetikbereich die Schwankungen der Rohstoffkosten stärker zu spüren. Höhere Produktionskosten sowie stärkere Ausgaben für Werbung und zusätzliche Investitionen für raschere Produktlanzierungen engen daher den Spielraum für Margenverbesserungen ein. Wir nehmen daher unsere Einschätzung auf „Halten“ zurück.

	KGV	Gewinn/ Aktie	Gewinn- wachstum	Kurs/ Umsatz	Kurs/ Buchwert	Dividenden- rendite	Dividende/ Aktie
2011	18,6	1,41	-7,8%	1,58	5,17	3,4%	0,90
2012e	16,2	1,62	14,9%	1,46	4,71	3,6%	0,94
2013f	14,8	1,77	9,3%	1,39	4,20	3,9%	1,01

Quelle: IBES Konsensschätzungen von Thomson Reuters