

Laporan Triwulan Q1 2024

Januari–Maret

Awal yang sangat baik pada tahun fiskal 2024

Henkel memberikan pertumbuhan penjualan organik yang kuat pada kuartal pertama

- **Penjualan Grup: sekitar 5.3 miliar euro, pertumbuhan organik sebesar 3.0 persen**
- **Peningkatan penjualan organik didorong oleh kedua unit bisnis:**
 - Teknologi Adhesif: pertumbuhan positif penjualan organik sebesar 1.3 persen
 - Merek Konsumen: Pertumbuhan yang sangat kuat pada penjualan organik sebesar 5.2 persen
- **Akuisisi *Seal for Life Industries* dan *Vidal Sassoon* di Cina ditutup lebih awal dari yang diantisipasi**
- **Kemajuan lebih lanjut dalam mengimplementasikan agenda pertumbuhan strategis**
- **Prospek untuk tahun fiskal 2024 secara signifikan meningkat pada 3 Mei:**
 - Pertumbuhan penjualan organik: 2.5 hingga 4.5 persen (sebelumnya: 2.0 hingga 4.0 persen)
 - Laba atas penjualan yang disesuaikan: 13.0 hingga 14.0 persen (sebelumnya: 12.0 hingga 13.5 persen)
 - Laba per saham preferen yang disesuaikan (EPS): meningkat dalam kisaran +15.0 hingga +25.0 persen pada nilai tukar konstan (sebelumnya: +5.0 hingga +20.0 persen)

Düsseldorf, 8 Mei 2024 –Pada **kuartal pertama tahun 2024**, Henkel mencapai **Penjualan Grup** sekitar 5,3 miliar euro dan menghasilkan pertumbuhan penjualan organik yang kuat sebesar 3,0 persen. Peningkatan ini didorong oleh perkembangan harga yang positif di kedua unit bisnis. Perkembangan volume di tingkat Grup, yang masih dipengaruhi oleh langkah-langkah portofolio di unit bisnis Consumer Brands, menunjukkan peningkatan berurutan lebih lanjut dibandingkan dengan kuartal keempat 2023. Secara nominal, penjualan turun - 5,2 persen dibandingkan dengan kuartal tahun sebelumnya - terutama disebabkan oleh penjualan aktivitas bisnis di Rusia dan efek negatif dari nilai tukar mata uang asing.

"Kami memiliki awal yang sangat baik di tahun ini. Selain itu, kami dapat menyelesaikan akuisisi Seal for Life Industries dan Vidal Sassoon di Tiongkok lebih cepat dari yang diantisipasi dan dengan demikian akan semakin memperkuat bisnis kita," kata Carsten Knobel, CEO Henkel. "Sehubungan dengan perkembangan ini, secara signifikan

meningkatkan **proyeksi penjualan dan pendapatan** untuk tahun 2024 minggu lalu. Hal ini menunjukkan: Kami memiliki strategi yang jelas yang dijalankan dengan ketat. Kami memenuhi apa yang telah di janjikan. Dan kami berada di jalur yang benar dalam pertumbuhan yang lebih menguntungkan.”

Peningkatan penjualan organik yang positif dari unit bisnis **Adhesive Technologies** pada kuartal pertama terutama didorong oleh pertumbuhan penjualan organik yang kuat di area bisnis **Mobility & Electronics**. Pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat di unit bisnis **Consumer Brands** didorong oleh semua area bisnis, dengan kontribusi khusus yang berasal dari bisnis **Hair**.

Kinerja Penjualan dari unit bisnis

Dalam jutaan euro	Penjualan		+/-	Organik
	Q1/2023	Q1/2024		
Henkel Group	5,609	5,317	-5.2%	3.0%
Adhesive Technologies	2,791	2,677	-4.1%	1.3%
Consumer Brands	2,772	2,605	-6.0%	5.2%

Kinerja penjualan Grup

Penjualan Grup di **kuartal pertama** pada tahun **2024** berjumlah 5,317 juta euro , terdapat penurunan **nominal** berkisar -5.2 Persen dibandingkan dengan kuartal tahun sebelumnya (5,609 juta euro). **Secara Organik** (yaitu disesuaikan dengan nilai tukar mata uang asing dan akuisisi/divestasi), penjualan meningkat sebesar 3.0 persen. Pertumbuhan penjualan organik yang kuat di tingkat Grup didorong oleh harga. Akuisisi/divestasi mengurangi penjualan sebesar -4.3 persen. Efek nilai tukar mata uang asing memiliki dampak negatif lebih lanjut dari -3.9 persen pada pengembangan penjualan.

Kinerja Penjualan Grup

Dalam jutaan euro	Q1/2023	Q1/2024
Penjualan	5,609	5,317
Perubahan dibandingkan tahun sebelumnya	6.4%	-5.2%
Valuta asing	0.9%	-3.9%
Valuta asing yang disesuaikan	5.5%	-1.3%
Akuisisi/divestasi	-1.1%	-4.3%
Organik	6.6%	3.0%
Yang harganya	12.0%	3.4%
Yang volumenya	-5.4%	-0.4%

Pertumbuhan penjualan organik di wilayah **Eropa** berjumlah 2.5 persen pada kuartal pertama. Dalam wilayah **IMEA**, penjualan meningkat secara organik berkisar 26.9 persen. Di wilayah **Amerika Utara** melakukan pembukuan pengembangan negatif pada penjualan organik sebesar -3.0 persen. Di **Amerika Latin**, secara organik penjualan -2.7 persen dibawah

kuartal tahun sebelumnya. Di wilayah **Asia-Pasifik** memperoleh pertumbuhan penjualan organik sebesar 3.5 persen.

Kinerja penjualan berdasarkan wilayah¹

Dalam jutaan euro	Eropa	IMEA	Amerika utara	Amerika Latin	Asia-Pacific	perusahaan	Henkel Group
Penjualan Januari–Maret 2024	2,023	575	1,478	421	784	35	5,317
Penjualan Januari–Maret 2023	2,201	563	1,584	411	805	46	5,609
Perubahan dibandingkan tahun sebelumnya	-8.1%	2.1%	-6.6%	2.5%	-2.5%	–	-5.2%
Organik	2.5%	26.9%	-3.0%	-2.7%	3.5%	–	3.0%
Proporsi penjualan grup tahun 2024	38%	11%	28%	8%	15%	1%	100%
Proporsi penjualan grup tahun 2023	39%	10%	28%	7%	14%	1%	100%

¹ Berdasarkan lokasi perusahaan.

Kinerja Penjualan Teknologi Adhesif

Unit bisnis *Adhesive Technologies* memperoleh penjualan sebesar 2,677 juta euro pada **kuartal pertama ditahun 2024**, merepresentasikan penurunan **nominal** sebesar -4,1 persen dibandingkan dengan kuartal tahun sebelumnya (2.791 juta euro). **Secara Organik** (yaitu disesuaikan dengan selisih kurs dan akuisisi/divestasi), penjualan meningkat 1,3 persen dibandingkan dengan kuartal pertama 2023. Baik harga maupun volume menunjukkan perkembangan yang positif. Efek nilai tukar mata uang asing mengurangi penjualan sebesar -3,8 persen. Akuisisi/divestasi memiliki efek negatif lebih lanjut sebesar -1,7 persen

Kinerja penjualan Teknologi Adhesif

Dalam jutaan euro	Q1/2023	Q1/2024
Penjualan	2,791	2,677
Proporsi penjualan grup	50%	50%
Perubahan dibandingkan tahun sebelumnya	6.1%	-4.1%
Valuta asing	1.1%	-3.8%
Valuta asing yang disesuaikan	5.0%	-0.4%
Akuisisi/divestasi	-1.8%	-1.7%
Organik	6.8%	1.3%
Yang harganya	11.4%	1.0%
Yang volumenya	-4.6%	0.3%

Perkembangan penjualan organik yang positif dari unit bisnis *Adhesive Technologies* pada kuartal pertama terutama didorong oleh area bisnis **Mobility & Electronics**, yang mencapai peningkatan yang kuat sebesar 3,7 persen. Pertumbuhan ini didorong oleh bisnis Otomotif

dan Elektronik. Bisnis Industri menunjukkan perkembangan yang positif. Dalam kondisi pasar yang terus menantang, area bisnis **Packaging & Consumer Goods** mencatat perkembangan penjualan organik yang datar secara keseluruhan sebesar -0,2 persen, yang didukung oleh perkembangan volume yang positif. Bisnis Kemasan mencapai pertumbuhan yang positif, diuntungkan oleh tanda-tanda awal peningkatan permintaan. Bisnis *Consumer Goods* mencatat sedikit penurunan dibandingkan dengan kuartal tahun sebelumnya yang sangat kuat. Pertumbuhan penjualan organik di area bisnis **Pengrajin, Konstruksi & Profesional** mencapai 0,3 persen dibandingkan kuartal tahun sebelumnya. Hal ini terutama didukung oleh bisnis Konstruksi yang mencapai pertumbuhan yang baik. Bisnis Manufaktur & Pemeliharaan Umum menunjukkan kinerja negatif secara keseluruhan, yang terutama disebabkan oleh lingkungan pasar yang menantang saat ini.

Kinerja penjualan berdasarkan area bisnis

Dalam jutaan euro	Penjualan		+/-	Organik
	Q1/2023	Q1/2024		
<i>Adhesive Technologies</i>	2,791	2,677	-4.1%	1.3%
<i>Mobility & Electronics</i>	960	946	-1.5%	3.7%
<i>Packaging & Consumer Goods</i>	883	838	-5.1%	-0.2%
<i>Craftsmen, Construction & Professional</i>	949	893	-5.9%	0.3%

Dari perspektif regional, kinerja penjualan organik dari unit bisnis *Adhesive Technologies* beragam. Di **Eropa**, penjualan secara keseluruhan secara organik berada di bawah kuartal tahun sebelumnya, meskipun area bisnis Pengrajin, Konstruksi & Profesional mencapai pertumbuhan organik yang positif. Sementara **Amerika Utara** mencatat peningkatan penjualan organik yang positif di area bisnis Mobilitas & Elektronik, kinerja penjualan secara keseluruhan di wilayah ini berada di bawah kinerja kuartal tahun sebelumnya. Wilayah **IMEA** mencapai peningkatan penjualan organik sebesar dua digit, dengan semua area bisnis berkontribusi dengan tingkat pertumbuhan dua digit. **Amerika Latin** mencatat perkembangan penjualan organik yang negatif di semua area bisnis. Sebaliknya, pertumbuhan penjualan di wilayah **Asia Pasifik** sangat kuat - terutama didorong oleh perkembangan yang sangat positif di Tiongkok, yang didukung oleh tanda-tanda awal dari lingkungan pasar yang mulai stabil setelah kondisi yang penuh tantangan yang dihadapi pada tahun sebelumnya.

Kinerja Penjualan Consumer Brands

Di unit bisnis *Consumer Brands* penjualan pada **kuartal pertama tahun 2024** mencapai 2.605 juta euro, turun secara **nominal** sebesar -6,0 persen dibandingkan kuartal tahun sebelumnya. **Secara organik** (yaitu disesuaikan dengan nilai tukar mata uang asing dan akuisisi/divestasi), penjualan meningkat sebesar 5,2 persen. Harga di unit bisnis tetap sangat kuat dibandingkan dengan kuartal pertama 2023. Volume sedikit menurun, terutama karena dampak dari langkah-langkah portofolio yang sedang berlangsung. Efek nilai tukar mata uang asing berdampak negatif sebesar -4,0 persen terhadap penjualan. Akuisisi/divestasi mengurangi penjualan sebesar -7,2 persen.

Kinerja Penjualan *Consumer Brands*

Dalam jutaan euro	Q1/2023	Q1/2024
Penjualan	2,772	2,605
Proporsi penjualan grup	49%	49%
Perubahan dibandingkan tahun sebelumnya	7.3%	-6.0%
Valuta asing	0.8%	-4.0%
Aluta asing yang disesuaikan	6.5%	-2.0%
Akuisisi/divestasi	-0.5%	-7.2%
Organik	7.0%	5.2%
Yang harganya	12.7%	6.2%
Yang volumenya	-5.7%	-1.0%

Pada kuartal pertama, area bisnis **Laundry & Home Care** menghasilkan pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat sebesar 4,6 persen. Bisnis *Laundry* membukukan pertumbuhan yang kuat, terutama didorong oleh peningkatan dua digit dalam kategori *Fabric Care*. Bisnis *Home Care* mencapai pertumbuhan penjualan organik yang signifikan, yang terutama didorong oleh peningkatan penjualan dua digit pada kategori Toilet Care dan pertumbuhan yang sangat kuat pada kategori *Dishwashing* (Pencuci Piring). Area bisnis **Hair** mencapai pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat sebesar 6,9 persen. Pertumbuhan dalam bisnis Konsumen cukup signifikan, terutama didorong oleh kategori Penataan Rambut. Bisnis Profesional mencapai pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat. **Bisnis Konsumen Lainnya** membukukan peningkatan penjualan organik yang kuat sebesar 3,4 persen.

Kinerja penjualan berdasarkan area bisnis

Dalam jutaan euro	Penjualan		+/-	Organic
	Q1/2023	Q1/2024		
<i>Consumer Brands</i>	2,772	2,605	-6.0%	5.2%
<i>Laundry & Home Care</i>	1,789	1,661	-7.2%	4.6%
<i>Hair</i>	811	781	-3.6%	6.9%
Bisnis konsumen lainnya	171	163	-4.8%	3.4%

Berdasarkan perspektif regional, unit bisnis *Consumer Brands* mencatat perkembangan yang beragam pada periode yang ditinjau. Wilayah **Eropa** mencapai peningkatan penjualan organik yang sangat kuat pada kuartal pertama, didorong oleh area bisnis *Hair* dan *Laundry & Home Care*. Wilayah **Amerika Utara** mencatat perkembangan penjualan organik yang negatif, terutama disebabkan oleh langkah-langkah portofolio yang diterapkan di area bisnis *Laundry & Home Care*. Wilayah **IMEA** mencapai pertumbuhan penjualan organik dua digit di semua area bisnis. Peningkatan penjualan organik yang positif di **Amerika Latin** didorong oleh area bisnis *Hair*, dengan bisnis Konsumen dan Profesional yang berkontribusi terhadap pertumbuhan. Pertumbuhan penjualan di wilayah **Asia Pasifik** datar, didukung oleh area bisnis *Laundry & Home Care*.

Aset Neto dan Posisi Keuangan Grup

Tidak ada perubahan substansial terhadap aset neto dan posisi keuangan grup yang terjadi pada periode pelaporan dibandingkan dengan keadaan pada tanggal 31 Desember 2023.

Proyeksi Terhadap Grup Henkel

Panduan untuk tahun fiskal 2024, yang akan diterbitkan pada 4 Maret 2024, dinaikkan per 3 Mei.

Untuk tahun ini, Henkel memperkirakan **pertumbuhan penjualan organik** sebesar 2,5 hingga 4,5 persen (sebelumnya: 2,0 hingga 4,0 persen). Untuk *Adhesive Technologies*, pertumbuhan penjualan organik masih diharapkan pada kisaran 2,0 hingga 4,0 persen. Untuk *Consumer Brands*, perusahaan sekarang mengantisipasi peningkatan penjualan organik sebesar 3,0 hingga 5,0 persen (sebelumnya: 2,0 hingga 4,0 persen).

Laba atas penjualan yang disesuaikan (margin EBIT yang disesuaikan) di tingkat Grup sekarang diharapkan berada di kisaran 13,0 hingga 14,0 persen (sebelumnya: 12,0 hingga 13,5 persen). Untuk *Adhesive Technologies*, laba atas penjualan yang disesuaikan sekarang diperkirakan antara 16,0 dan 17,0 persen (sebelumnya: 15,0 sampai 16,5 persen) dan untuk *Consumer Brands* di kisaran 12,0 sampai 13,0 persen (sebelumnya: 11,0 sampai 12,5 persen).

Untuk **laba per saham preferen (EPS)**, Henkel sekarang mengharapkan peningkatan di kisaran +15,0 hingga +25,0 persen dengan nilai tukar konstan (sebelumnya: +5,0 hingga +20,0 persen).

Henkel juga telah memperbarui ekspektasi berikut ini:

- Akuisisi/Divestasi: dampak netral terhadap nominal pertumbuhan penjualan sebelumnya: dampak negatif dalam kisaran satu presentasi yang lemah)
- Penerjemahan penjualan dalam valuta asing: dampak negatif yang lemah dalam kisaran setengah persen
Sebelumnya: dampak negatif dalam kisaran setengah persen)

Berikut ekspektasi untuk tahun 2024 tetap tidak berubah:

- Harga bahan langsung: Perkembangan datar¹
- Biaya restrukturisasi sebesar 250 hingga 300 juta euro
- Arus kas keluar dari investasi properti, pabrik dan peralatan dan aset tak berwujud antara 650 dan 750 juta euro

¹dibandingkan dengan rata-rata tahun kemarin.

Tentang Henkel

Dengan merek, inovasi dan teknologinya, Henkel memegang posisi pasar terdepan di seluruh dunia dalam bisnis industri dan konsumen. Unit bisnis *Adhesive Technologies* Henkel memimpin pasar global untuk perekat, sealant, dan pelapis fungsional. Unit bisnis *Consumer Brands* menempati posisi terdepan di berbagai pasar dan kategori di seluruh dunia, terutama di area bisnis *Laundry & Home Care & Hair*. Tiga merek terbesar Henkel adalah Loctite, Persil, dan Schwarzkopf. Pada tahun fiskal 2023, Henkel melaporkan penjualan lebih dari 21,5 miliar euro dan laba operasional yang disesuaikan sekitar 2,6 miliar euro. Saham preferen Henkel terdaftar di indeks saham Jerman DAX. Keberlanjutan memiliki tradisi yang panjang di Henkel, dan perusahaan ini memiliki strategi keberlanjutan yang jelas dengan target yang spesifik. Henkel didirikan pada tahun 1876 dan saat ini mempekerjakan tim yang beragam yang terdiri dari sekitar 48.000 orang di seluruh dunia - disatukan oleh budaya perusahaan yang kuat, nilai-nilai yang dianut bersama, dan tujuan yang sama: "Pelopor untuk kebaikan generasi." Untuk informasi lebih lanjut, silakan lihat www.henkel.com.

Dokumen ini berisi pernyataan yang mengacu pada pengembangan bisnis di masa depan, kinerja keuangan, dan peristiwa atau perkembangan lain yang relevan di masa depan untuk Henkel yang mungkin merupakan pernyataan berwawasan ke depan. Pernyataan yang berkaitan dengan masa depan ditandai dengan penggunaan kata-kata seperti mengharapkan, berniat, merencanakan, mengantisipasi, meyakini, memperkirakan, dan istilah-istilah serupa. Pernyataan-pernyataan tersebut didasarkan pada estimasi dan asumsi saat ini yang dibuat oleh manajemen korporat Henkel AG & Co. KGaA. Pernyataan-pernyataan ini tidak dapat dipahami sebagai jaminan bahwa ekspektasi tersebut akan menjadi akurat. Kinerja dan hasil di masa depan yang benar-benar dicapai oleh Henkel AG & Co. KGaA dan perusahaan afliasinya bergantung pada sejumlah risiko dan ketidakpastian dan oleh karena itu dapat berbeda secara material (baik secara positif maupun negatif) dari pernyataan berwawasan ke depan. Banyak dari faktor-faktor ini berada di luar kendali Henkel dan tidak dapat diperkirakan secara akurat sebelumnya, seperti lingkungan ekonomi di masa depan dan tindakan pesaing dan pihak lain yang terlibat di pasar. Henkel tidak berencana atau berjanji untuk memperbarui pernyataan berwawasan ke depan..

Dokumen ini mencakup indikator keuangan tambahan yang tidak didefinisikan dengan jelas dalam kerangka pelaporan keuangan yang berlaku dan yang merupakan atau mungkin merupakan ukuran kinerja alternatif. Indikator keuangan tambahan ini tidak boleh dilihat secara terpisah atau sebagai alternatif dari ukuran aset bersih dan posisi keuangan atau hasil operasi Henkel seperti yang disajikan sesuai dengan kerangka pelaporan keuangan yang berlaku dalam Laporan Keuangan Konsolidasi. Perusahaan lain yang melaporkan atau menggambarkan ukuran kinerja alternatif yang serupa mungkin menghitungnya secara berbeda.

Dokumen ini diterbitkan hanya untuk tujuan informasi dan tidak dimaksudkan sebagai saran investasi atau tawaran untuk menjual, atau ajakan untuk membeli, sekuritas apapun.

Foto material tersedia di www.henkel.com/press

Kontak

Meiling Wee

+65 8799 3216

meiling.wee@henkel.com