

Pers Rilis

11 March 2025

Henkel mengumumkan hasil tahunan untuk tahun 2024

Hasil tahunan yang sangat baik pada tahun 2024 menunjukkan keberhasilan implementasi Agenda Pertumbuhan yang Bertujuan

- **Kinerja bisnis yang kuat pada tahun fiskal 2024**
 - Penjualan: 21,6 miliar euro, pertumbuhan organik yang baik sebesar 2.6 persen
 - Laba operasional (EBIT)*: 3,1 miliar euro, peningkatan yang sangat signifikan sebesar 20.9 persen
 - Margin EBIT*: 14,3 persen, peningkatan yang luar biasa sebesar 240 basis poin
 - Laba per saham preferen (EPS)* meningkat secara signifikan: 5.36 euros, +25.1 persen pada nilai tukar konstan
 - Arus kas bebas yang kuat sebesar 2.4 miliar euro
- **Kenaikan dividen dalam kisaran persentase dua digit yang diusulkan: 2.04 euro per saham preferen (+10.3 persen)**
- **Pembelian kembali saham baru hingga 1 miliar euro telah ditetapkan**
- **Implementasi Agenda Pertumbuhan yang Bertujuan semakin maju**
 - **Consumer Brands:** Integrasi lebih cepat dari yang direncanakan, langkah-langkah portofolio difinalisasi, penghematan penuh akan direalisasikan pada akhir tahun 2025
 - **Adhesive Technologies:** Pengaturan baru yang diterapkan pada tahun 2023 telah membuahkan hasil
 - **Target perlindungan iklim yang ambisius: peta jalan menuju zero emisi telah ditetapkan**
- **Prospek untuk tahun fiskal 2025: Siap dalam pertumbuhan pendapatan dan laba bersih lebih lanjut - dengan awal yang lambat di awal tahun dan percepatan di sepanjang tahun**
 - **Pertumbuhan penjualan organik: 1.5 hingga 3.5 persen**

- **margin EBIT *: 14.0 hingga 15.5 persen**
- **Laba per saham preferen (EPS)*: Meningkatkan dalam kisaran persentase satu digit rendah hingga tinggi (dengan nilai tukar konstan)**

* Disesuaikan untuk biaya dan pendapatan satu kali, dan untuk biaya restrukturisasi.

Düsseldorf – “Tahun Fiskal 2024 sekali lagi ditandai dengan tantangan besar dan banyak ketidakpastian ekonomi. Meski demikian, kami secara konsisten memajukan Henkel selama setahun terakhir dan mencapai atau bahkan melampaui pencapaian penting. Yang terpenting, hasil bisnis yang sangat baik di tahun 2024 menunjukkan keberhasilan implementasi agenda pertumbuhan yang terarah,” kata CEO Henkel, Carsten Knobel. “Pada tahun 2024, kami mencapai pertumbuhan penjualan organik yang baik dan secara signifikan meningkatkan profitabilitas - dengan peningkatan margin yang luar biasa sebesar 2,4 poin persentase, didukung oleh perkembangan margin kotor yang sangat baik, dan dengan peningkatan yang luar biasa dalam laba per saham preferen sebesar 25 persen. Peningkatan nilai produk yang ditargetkan bagi para pelanggan dan konsumen merupakan pendorong utama peningkatan pendapatan. Selain itu, penghematan dari integrasi Consumer Brands, serta langkah-langkah optimalisasi portofolio yang telah diumumkan turut berkontribusi terhadap hasil yang kuat ini.”

“Pada saat yang sama, sangat penting bagi kami untuk terus mempertahankan fokus yang kuat dalam berinvestasi pada bisnis dan pertumbuhan di masa depan - misalnya, melalui peningkatan kegiatan pemasaran di bisnis konsumen dan keberhasilan inovasi di kedua unit bisnis. Kami ingin para pemegang saham berpartisipasi dalam keberhasilan pengembangan perusahaan. Oleh karena itu, kami akan mengusulkan kenaikan dividen sebesar dua digit pada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan. Kami juga telah memutuskan program pembelian kembali saham baru dengan volume hingga 1 miliar euro,” lanjut Carsten Knobel.

“Hasil dari tahun lalu adalah bukti nyata bahwa transformasi Henkel berjalan dengan sukses, dan bahwa dengan agenda strategis dalam pertumbuhan yang terarah, kita berada di jalur yang tepat dalam memosisikan perusahaan dengan baik untuk masa depan,” rangkum Carsten Knobel. “Hal ini juga tercermin dalam prospek tahun fiskal 2025, di mana kita harapkan pertumbuhan penjualan dan pendapatan lebih lanjut meskipun lingkungan bisnis masih tetap menantang. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua karyawan Henkel atas kinerja mereka yang luar biasa. Melalui kerja sama tim dan komitmen yang luar biasa, kita sekali lagi berhasil membawa perusahaan melewati tahun yang penuh tantangan.”

Prospek Tahun 2025

Setelah momentum pertumbuhan moderat di tahun 2024, output ekonomi global kembali diantisipasi menjadi moderat pada tahun 2025. Hal ini mengasumsikan peningkatan moderat dalam permintaan industri dan permintaan konsumen di area utama bisnis barang konsumen untuk Henkel. Selain itu, berdasarkan perkiraan saat ini, inflasi global diperkirakan akan terus mereda pada tahun fiskal 2025 dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, dengan tingkat suku bunga yang juga diperkirakan akan turun.

Berkenaan dengan harga bahan baku langsung, Henkel memperkirakan peningkatan dalam kisaran persentase rendah hingga pertengahan satu digit dibandingkan dengan rata-rata tahunan pada tahun 2024. Penjabaran penjualan dalam mata uang asing diperkirakan akan memiliki efek netral hingga negatif dalam kisaran persentase satu digit rendah.

Selain itu, volatilitas dan ketidakpastian terkait lingkungan makroekonomi dan geopolitik secara keseluruhan diperkirakan akan tetap tinggi sepanjang tahun.

Dengan mempertimbangkan asumsi-asumsi ini, Henkel berharap dapat menghasilkan **pertumbuhan penjualan organik** antara 1,5 dan 3,5 persen pada tahun fiskal 2025. Pertumbuhan organik antara 2,0 dan 4,0 persen diharapkan untuk unit bisnis *Adhesive Technologies* dan antara 1,0 dan 3,0 persen untuk *Consumer Brands*. **Laba atas penjualan yang disesuaikan (marjin EBIT yang disesuaikan)** diharapkan berada pada kisaran 14,0 hingga 15,5 persen. Untuk *Adhesive Technologies*, laba atas penjualan yang disesuaikan diperkirakan antara 16,0 dan 17,5 persen dan untuk *Consumer Brands* antara 13,5 dan 15,0 persen. Untuk **laba per saham preferen yang disesuaikan (EPS)** dengan nilai tukar konstan, diperkirakan akan terjadi peningkatan pada kisaran persentase satu digit yang rendah hingga tinggi.

Dengan demikian, awal tahun yang lebih lambat diperkirakan akan terjadi. Namun, pertumbuhan penjualan organik juga diperkirakan akan meningkat selama tahun ini, yang mengarah pada paruh kedua tahun fiskal 2025 yang lebih kuat dibandingkan paruh pertama. Hal ini berlaku untuk kedua unit bisnis. Alasannya adalah lingkungan industri yang saat ini menantang dan pertumbuhan pasar yang lemah serta sentimen konsumen di beberapa pasar kami, terutama di Amerika Utara.

Pada **Consumer Brands**, pertumbuhan penjualan organik yang tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya, terutama karena peluncuran produk inovasi yang kuat pada paruh pertama tahun 2024, perlu dipertimbangkan. Pada tahun 2025, peluncuran inovasi akan lebih condong ke paruh kedua tahun 2025. Selain itu, topik operasional yang tidak berulang dalam rantai pasokan kami sehubungan dengan finalisasi pendekatan 1-1-1 serta pentahapan promosi juga akan berkontribusi pada pertumbuhan penjualan organik Q1 dan volume yang lebih rendah dari tahun sebelumnya. Untuk pertumbuhan penjualan organik Q1 diperkirakan antara -2 dan

-4 persen, sementara harga diperkirakan akan positif. Untuk tahun penuh 2025, pertumbuhan penjualan organik secara keseluruhan diharapkan positif, didorong oleh volume dan harga. Untuk setahun penuh pada 2025, peningkatan margin dan profitabilitas lebih lanjut dibandingkan tahun sebelumnya diharapkan terjadi pada kedua unit bisnis, juga bagi Grup secara keseluruhan. Perkembangan dalam dua bulan pertama tahun fiskal 2025 menunjukkan bahwa Henkel dan kedua unit bisnis berjalan dengan baik.

Kinerja penjualan dan pendapatan grup pada tahun fiskal 2024

Penjualan Grup Henkel mencapai 21,586 juta euro pada tahun fiskal 2024, meningkat 0,3 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Efek nilai tukar mata uang asing berdampak negatif sebesar -1,8 persen terhadap penjualan. Setelah disesuaikan dengan dampak nilai tukar mata uang asing ini, pertumbuhan penjualan mencapai 2,1 persen. Akuisisi/divestasi berdampak sedikit negatif sebesar -0,4 persen terhadap penjualan, yang terutama disebabkan oleh pelepasan aktivitas bisnis kami di Rusia pada tahun 2023. **Pertumbuhan penjualan organik**, yaitu setelah disesuaikan dengan pengaruh nilai tukar mata uang asing dan akuisisi/divestasi, menunjukkan perkembangan yang baik yaitu sebesar 2,6 persen. Hal ini didorong oleh harga yang baik dan perkembangan volume yang positif.

Unit bisnis **Adhesive Technologies** menghasilkan pertumbuhan penjualan organik yang baik sebesar 2,4 persen, terutama didorong oleh area bisnis *Mobility & Electronics*. Unit bisnis *Consumer Brands* mencapai **pertumbuhan penjualan organik** yang kuat sebesar 3,0 persen, terutama didorong oleh area bisnis *Hair*.

Laba operasional yang disesuaikan (EBIT yang disesuaikan) meningkat secara signifikan sebesar 20.9 persen menjadi 3,089 juta euro (Tahun sebelumnya: 2,556 juta euro).

Laba atas penjualan yang disesuaikan (marjin EBIT yang disesuaikan) Pada tahun fiskal 2024 juga secara signifikan lebih tinggi dari tahun ke tahun sebesar 14.3 persen (2023: 11.9 persen).

Laba per saham preferen yang disesuaikan meningkat secara signifikan sebesar 23,2 persen menjadi 5,36 euro (tahun sebelumnya: 4,35 euro). Pada nilai tukar konstan, laba per saham preferen yang disesuaikan meningkat 25.1 persen.

Modal kerja bersih sebagai persentase dari penjualan adalah sebesar 3,0 persen, yang sedikit meningkat dari tahun ke tahun (2023: 2.6 persen).

Arus kas bebas mencapai 2,362 juta euro, menunjukkan penurunan dibandingkan dengan angka tahun sebelumnya (2023: 2.603 juta euro), yang terakhir dipengaruhi secara positif oleh normalisasi modal kerja bersih.

Pada -93 juta euro, **posisi keuangan bersih** sedikit di bawah tingkat dari tahun sebelumnya, terutama karena pembayaran yang dilakukan untuk akuisisi (31 Desember 2023: 12 juta euro).

Dewan Manajemen, Dewan Pengawas dan Komite Pemegang Saham akan mengusulkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan pada tanggal 28 April 2025, kenaikan **dividen** sebesar 10,3 persen dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu sebesar 2,04 euro per saham preferen dan 2,02 euro per saham biasa (+10,4 persen). Hal ini setara dengan rasio pembayaran sebesar 37,9 persen, yang berada dalam kisaran target 30 hingga 40 persen. Peningkatan dividen dimungkinkan berkat kinerja keuangan yang sangat baik pada tahun fiskal terakhir dan basis keuangan yang kuat dari Grup Henkel.

Kinerja unit bisnis pada tahun fiskal 2024

Penjualan di unit bisnis **Adhesive Technologies** mencapai 10.970 juta euro pada tahun fiskal 2024, dan dengan demikian meningkat 1,7 persen dari tahun ke tahun secara nominal. Meskipun efek nilai tukar mata uang asing berdampak negatif sebesar -1,8 persen, akuisisi/divestasi meningkatkan penjualan sebesar 1,1 persen. **Secara organik**, penjualan meningkat sebesar 2,4 persen. Pertumbuhan penjualan ini terutama didorong oleh perkembangan volume yang kuat pada paruh kedua tahun ini dibandingkan dengan tahun sebelumnya, terutama karena meningkatnya permintaan di beberapa pasar utama. Harga tetap datar dibandingkan tahun sebelumnya. Pada 1.817 juta euro, **laba operasional yang disesuaikan** mencatat peningkatan persentase dua digit dari tahun ke tahun, yang merupakan titik tertinggi baru untuk unit bisnis. **Imbal hasil penjualan** yang disesuaikan meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun sebesar 190 basis poin menjadi 16.6 persen.

Penjualan di unit bisnis **Consumer Brands** mencapai 10.467 juta euro pada tahun yang ditinjau, -0,9 persen di bawah tahun sebelumnya secara nominal. Pengaruh nilai tukar mata uang asing mengurangi penjualan sebesar -1,8 persen. Akuisisi/divestasi juga berdampak negatif sebesar -2,0 persen terhadap penjualan, dengan pelepasan aktivitas bisnis di Rusia pada bulan April 2023 sebagai penyebab utama. **Secara organik**, penjualan meningkat sebesar 3,0 persen. Pertumbuhan penjualan ini didorong oleh perkembangan harga yang sangat kuat, sementara volume menurun terutama disebabkan oleh langkah-langkah optimalisasi portofolio yang sedang berlangsung. **Laba operasional yang disesuaikan** mencapai 1.419 juta euro, jauh di atas tahun sebelumnya (1.115 juta euro). **Imbal hasil penjualan yang disesuaikan** mencapai 13,6 persen dan dengan demikian meningkat secara signifikan sebesar 300 basis poin dibandingkan tahun sebelumnya.

Kemajuan besar dalam transformasi

Selama beberapa tahun terakhir, Henkel telah berubah secara mendalam di banyak bidang dan secara konsisten menerapkan agenda strategisnya untuk pertumbuhan yang terarah.

Pendorong utama dari kesuksesan jangka panjang dan berkelanjutan adalah kemauan dan tekad untuk melakukan transformasi yang berkelanjutan. Tujuannya adalah untuk mencapai peningkatan hasil yang berkelanjutan. Untuk mencapai hal ini, Perusahaan harus terus berubah dan berkembang. Dan ini terjadi di semua bidang.

Consumer Brands: Merger berlangsung lebih cepat dari yang direncanakan

Perubahan yang mungkin paling signifikan dalam sejarah Henkel baru-baru ini adalah penggabungan bisnis barang konsumsi kami ke dalam unit bisnis **Consumer Brands**, yang diumumkan pada awal tahun 2022. Sejak saat itu, banyak hal telah terjadi. Unit bisnis ini telah beroperasi dalam pengaturan barunya sejak awal tahun 2023, dan perkembangan positif telah terlihat pada tahun tersebut. Pada tahun fiskal 2024 yang lalu, terlihat jelas bahwa keputusan untuk menggabungkan bisnis barang konsumsi yang sebelumnya terpisah menjadi satu platform adalah keputusan yang tepat.

Integrasi unit *Consumer Brands* telah berjalan jauh lebih cepat dari yang direncanakan: dalam hal integrasi tim, restrukturisasi portofolio, serta pencapaian sinergi. Fase pertama integrasi, yang terutama melibatkan penggabungan tim penjualan dan pemasaran telah selesai pada tahun 2024. Pada tahap kedua, yang telah berlangsung sejak tahun 2023, penghematan biaya penuh dari peningkatan rantai pasokan, yaitu jaringan produksi dan rantai pasokan, diharapkan dapat dicapai pada akhir tahun 2025.

Pada saat yang sama, unit bisnis *Consumer Brands* secara konsisten berfokus pada merek-merek dan bisnis-bisnis yang kuat dengan margin kotor yang tinggi, serta posisi terdepan di pasar dan kategori. Dampak positif dari fokus pada pertumbuhan yang kuat dan merek serta bisnis dengan margin tinggi mulai terlihat: Sepuluh merek teratas dalam *Consumer Brands*, yang menyumbang lebih dari separuh pendapatan pada tahun 2024, mencapai pertumbuhan organik yang sangat kuat, bersama dengan pertumbuhan volume yang positif.

Pengembangan lebih lanjut dari unit bisnis Adhesive Technologies

Unit bisnis **Adhesive Technologies** juga mengalami kemajuan yang signifikan selama tahun yang ditinjau dengan kinerja bisnis yang baik secara keseluruhan. Unit bisnis ini menawarkan sekitar 20.000 produk dan solusi kepada lebih dari 100.000 pelanggan di seluruh dunia di lebih dari 800 segmen industri. Keluasan dan kedalaman portofolio ini, dikombinasikan dengan kehadiran global dan keahlian dalam mengembangkan solusi yang berpusat pada pelanggan, menjadikan Henkel unik di pasar dan memungkinkan perusahaan untuk lebih memperluas posisi pasarnya yang terkemuka secara global. Dengan tiga area bisnisnya - *Mobility & Electronics, Packaging & Consumer Goods, and Craftsman, Construction and Professional - Adhesive Technologies* berfokus pada tren utama di masa depan. Hal ini mencakup e-mobilitas dan konektivitas, yang berarti meningkatnya interkoneksi sistem, serta keberlanjutannya.

Struktur area bisnis yang disederhanakan, sebagian dengan tim kepemimpinan baru, dan fokus yang konsisten pada tren masa depan sekali lagi berkontribusi pada keberhasilan pengembangan unit bisnis di tahun 2024 yang penuh tantangan.

Kemajuan lebih lanjut di semua prioritas strategis

Dalam lingkungan ekonomi makro dan geopolitik yang menantang, Henkel terus secara konsisten menerapkan strategi pertumbuhannya pada tahun fiskal terakhir dan membuat kemajuan penting di semua bidang. Perusahaan semakin mengembangkan portofolio bisnis dan mereknya, memperkuat daya saingnya di bidang inovasi, keberlanjutan, dan digitalisasi, mengoptimalkan model operasinya, serta memperkuat budaya perusahaan.

Sebagai bagian dari **manajemen portofolio aktifnya**, Henkel telah mengembangkan portofolionya lebih lanjut melalui penghentian atau divestasi, serta melalui akuisisi. Dengan penjualan bisnis *retailer brands* di Amerika Utara pada awal tahun ini, Henkel telah menyelesaikan langkah-langkah portofolionya. Hal ini diumumkan dengan dimulainya penggabungan bisnis konsumen yang sebelumnya terpisah. Bisnis *Retailer Brands* telah diidentifikasi sebagai aktivitas non-inti dalam unit bisnis *Consumer Brands*, karena potensi untuk meningkatkan sinergi dan kecocokan strategis di masa depan dengan platform *Consumer Brands* yang terintegrasi terbatas. Termasuk transaksi ini, Henkel mendivestasikan atau menghentikan merek dan aktivitas yang mewakili total penjualan sedikit lebih dari 1 miliar euro sejak awal tahun 2022.

Manajemen portofolio yang aktif juga mencakup penguatan dan perluasan portofolio melalui **akuisisi**: Pada awal tahun 2024, Henkel mengakuisisi merek perawatan rambut terkenal Vidal Sassoon di Tiongkok. Akuisisi ini secara sempurna melengkapi portofolio lokal *Consumer Brands* di Tiongkok dengan mencakup segmen premium dalam bisnis ritel. Portofolio merek Vidal Sassoon terutama melayani segmen perawatan rambut premium dengan sampo dan kondisioner, tetapi juga mencakup produk yang terkait dengan penataan dan perawatan rambut.

Henkel juga berinvestasi dalam akuisisi untuk memperluas portofolionya dalam unit bisnis *Adhesive Technologies*, dengan mengakuisisi perusahaan yang berbasis di Amerika Serikat, Seal for Life Industries. Perusahaan ini menyediakan pelapis pelindung dan solusi penyegelan untuk infrastruktur di industri seperti energi terbarukan, gas dan air. Akuisisi ini melengkapi pembelian Critica Infrastructure pada tahun 2023, sebuah perusahaan yang juga berspesialisasi dalam pemeliharaan dan perbaikan infrastruktur. Dengan akuisisi ini, kami telah memperluas portofolio kami yang ada dalam bisnis pemeliharaan, perbaikan, dan perombakan yang menarik serta menjanjikan, menciptakan platform untuk pertumbuhan lebih lanjut.

Pada tahun 2024, Henkel meluncurkan berbagai **inovasi** ke pasar, menjawab tren penting dan menciptakan nilai bagi pelanggan dan konsumen. Untuk unit bisnis *Adhesive Technologies*, pusat pengujian baterai yang canggih telah dibuka tahun lalu di kantor pusat, yang terhubung langsung ke pusat inovasi global terbesar dari unit bisnis, yaitu *Inspiration Center Düsseldorf*. Dengan pusat pengujian baru ini, Henkel secara signifikan memperluas kemampuannya di segmen e-mobilitas dan memperkuat posisinya sebagai mitra pengembangan dan inovasi terkemuka untuk produsen otomotif dan produsen baterai.

Contoh inovasi dalam bisnis *Consumer Brands* adalah teknologi enzim yang baru dikembangkan untuk Perwoll, yang tidak hanya merawat tekstil, tetapi juga membantu mempertahankan warna pakaian. Efek pembaharuan pada serat sudah terlihat setelah sepuluh kali pencucian dan dengan demikian meningkatkan umur panjang tekstil.

Selain itu, Henkel semakin mengukuhkan **keberlanjutan** dalam bisnisnya dan mengintensifkan komitmennya di bidang ini. Untuk itu, Henkel telah mengembangkan peta jalan menuju zero, yang mencakup target yang diperluas untuk mengurangi emisi di seluruh rantai nilai. Perusahaan bertujuan untuk memberikan kontribusi yang mengikat untuk membatasi pemanasan global hingga 1,5 ° C, seperti yang telah disepakati dalam Perjanjian Iklim Paris. Peta jalan Henkel, yang juga telah divalidasi oleh inisiatif *Science Based Targets*, menguraikan apa yang dilakukan Perusahaan untuk mencapai emisi gas rumah kaca nol pada tahun 2045. Ini mencakup berbagai langkah di sepanjang rantai nilai. Selain itu, Henkel menjadi perusahaan pertama yang terdaftar dalam indeks DAX yang memperkenalkan cuti orang tua yang netral gender di seluruh dunia - dengan kompensasi gaji penuh. Langkah ini mendapat reaksi yang sangat positif baik dari karyawan maupun masyarakat.

Henkel juga telah membuat kemajuan lebih lanjut di bidang **digitalisasi**. Pada tahun 2024, kemajuan pesat dalam Kecerdasan Buatan (AI) adalah topik utama. Di Henkel, AI telah menjadi bagian integral dari strategi digital kami selama beberapa tahun. Misalnya, AI digunakan dalam otomatisasi proses, di laboratorium pengembangan perekat, di lokasi produksi global yang terhubung secara virtual, di robot otonom di fasilitas manufaktur, dan dalam penggunaan chatbot di situs web merek Henkel. Pada tahun 2024, unit digital, Henkel dx, semakin mengoptimalkan struktur internalnya, memperkuat keahlian digitalnya, dan menumbuhkan budaya inovasi terbuka. Selain itu, Henkel mendapat manfaat dari kemitraan strategisnya dengan perusahaan digital global terkemuka seperti SAP, Microsoft, dan Adobe. Kolaborasi ini memungkinkan Henkel untuk mengintegrasikan teknologi mutakhir ke dalam platform dan proyek digitalnya. Dengan mempercepat inovasi digital, menyempurnakan strategi platformnya, dan meningkatkan kolaborasi lintas fungsi di semua unit dan fungsi bisnis, Henkel secara signifikan meningkatkan efisiensi IT-nya.

Sebagai bagian dari strategi pertumbuhan jangka panjangnya, Henkel terus menyelaraskan unit bisnisnya dengan kebutuhan pasar yang dinamis dan perubahan ekspektasi pelanggan

untuk mencapai kesuksesan jangka panjang dengan **model operasi yang siap untuk masa depan**. Hal ini juga mencakup peningkatan proses bisnis secara terus menerus di seluruh Perusahaan.

Salah satu contohnya adalah pendirian pusat teknologi global di Bangalore, India, di mana lebih dari 500 ahli IT telah bekerja untuk menciptakan pusat digital internal yang terintegrasi penuh. Dengan itu, Henkel meningkatkan efisiensi biaya dan meningkatkan keahlian internalnya. Perluasan lebih lanjut dari pusat teknologi ini direncanakan untuk tahun-tahun mendatang. Henkel juga telah mengkonsolidasikan kegiatan usahanya di bawah satu atap. Pada kesempatan migrasi ke S/4Hana pada tahun 2025 hingga 2028, Henkel juga akan mengevaluasi bagaimana membuat struktur dan prosesnya lebih gesit dan fleksibel. Dalam konteks ini, misalnya, sedang dipertimbangkan untuk membentuk badan hukum terpisah untuk dua unit bisnis yang ada, dimulai di Jerman, diikuti selangkah demi selangkah - jika memungkinkan - di negara-negara besar yang dipilih. Manajemen strategis dan operasional Grup dan unit-unit usahanya tidak akan berubah. Hal ini dimaksudkan untuk mendukung kebutuhan masa depan bisnis dan juga agenda pertumbuhan Henkel.

Henkel juga semakin **memperkuat budaya perusahaannya** pada tahun lalu. Inisiatif *Accelerate Cultural Transformation* (ACT), yang diluncurkan pada tahun 2023, berhasil dilanjutkan di seluruh organisasi global. Inisiatif ini mendorong dialog yang lebih dalam dan hubungan yang lebih kuat di dalam tim. Tahun lalu, inisiatif ACT berfokus pada pemberian dan penanganan masukan konstruktif secara terbuka. Budaya kolaborasi sangat erat kaitannya dengan mempromosikan keragaman, kesetaraan, dan inklusi. Untuk lebih meningkatkan keragaman, Henkel mengikuti strategi yang didasarkan pada tiga pilar: Pertama, meningkatkan kesadaran melalui berbagai format, seperti kampanye dan acara. Kedua, memperkuat perilaku inklusif melalui program pelatihan untuk para pemimpin dan karyawan. Dan ketiga, terus meningkatkan kondisi struktural, seperti menawarkan program yang mendukung keseimbangan kehidupan kerja, dan menghilangkan hambatan struktural.

Salah satu ambisi Henkel adalah untuk mencapai kesetaraan gender di semua tingkat manajemen pada akhir tahun 2025. Saat ini, sekitar 42 persen posisi manajemen di Henkel di seluruh dunia dipegang oleh perempuan.

"Tahun Fiskal 2024 merupakan tahun yang sangat sukses dan penting bagi Henkel. Kita mencapai target keuangan, yang kita naikkan dua kali selama tahun ini. Kita secara konsisten menerapkan agenda pertumbuhan yang terarah di semua dimensi strategis dan memajukan transformasi dengan tekad dan kesuksesan. Kita berada di jalan yang benar, dan transformasi perusahaan menunjukkan hasil yang nyata. Dengan strategi yang jelas, tim yang kuat, dan budaya perusahaan yang unik, kita siap menghadapi masa depan," Carsten Knobel menyimpulkan.

Tentang Henkel

Dengan merek, inovasi dan teknologinya, Henkel memegang posisi pasar terdepan di seluruh dunia dalam bisnis industri dan konsumen. Unit bisnis *Adhesive Technologies* adalah pemimpin global dalam pasar perekat, *sealant* dan pelapis fungsional. Dengan *Consumer Brands*, perusahaan ini memegang posisi terdepan terutama di bidang laundry & perawatan rumah tangga dan rambut di berbagai pasar dan kategori di seluruh dunia. Tiga merek terkuat perusahaan adalah Loctite, Persil, dan Schwarzkopf. Pada tahun fiskal 2024, Henkel melaporkan penjualan lebih dari 21,6 miliar euro dan laba operasional yang disesuaikan sekitar 3,1 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 47.000 orang di seluruh dunia - disatukan oleh budaya perusahaan yang kuat, nilai-nilai yang dianut bersama, dan tujuan yang sama: "Pelopor untuk kebaikan generasi." Informasi lebih lanjut di 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 tersebut 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 afiliasinya 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.

Kontak

Meiling Wee

+65 8799 3216

meiling.wee@henkel.com