

Fokus pada kesehatan dan keselamatan karyawan selama pandemi COVID-19

## Henkel melaporkan kinerja penjualan Q1 yang kuat walaupun dalam kondisi pasar yang penuh tantangan

- Penjualan grup yang terkena dampak pandemi COVID-19: nominal -0,8%, organik -0,9%
- Penjualan Adhesive Technologies menurun dalam lingkungan bisnis industri yang menurun tajam: nominal -4,3%, organik -4,1%
- Penjualan Beauty Care lebih rendah karena bisnis Salon Rambut negatif: nominal -2,6%, organik -3,9%
- Pos Laundry & Perawatan di Rumah mengalami peningkatan penjualan yang sangat kuat: nominal 5,3%, organik 5,5%
- Pengembangan penjualan regional yang dibedakan: pasar negara berkembang 2.2%, pasar negara maju -2,8%

Düsseldorf, 11 Mei 2020 - Kinerja bisnis Henkel pada **kuartal pertama tahun fiskal 2020** banyak dipengaruhi oleh pandemi COVID-19. **Penjualan grup** menurun 0,8 persen atau secara nominal yaitu 4,9 miliar euro. Terlepas dari dampak pandemi COVID-19, penjualan secara organik juga mengalami sedikit penurunan yaitu 0,9 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

“Saat ini kami menghadapi situasi yang penuh tantangan. Pandemi COVID-19 telah mempengaruhi semua bidang kehidupan dan juga menghantam ekonomi global dengan sangat keras. Namun, kami kembali mencapai kinerja penjualan yang kuat secara keseluruhan di kuartal pertama. Ditengah krisis ini, kesehatan dan keselamatan karyawan, pelanggan, dan mitra bisnis adalah prioritas tertinggi kami. Kami telah memperkenalkan serangkaian tindakan perlindungan komprehensif sejak awal. Pada saat yang sama, kami telah melakukan segala yang mungkin untuk tetap dapat melanjutkan kegiatan bisnis dan melayani pelanggan meskipun dalam keadaan sulit seperti saat ini. Kami juga telah meluncurkan program solidaritas global dengan sumbangan produk dan dukungan finansial. Serta pada kuartal pertama ini, kami menginisialisasi penerapan kerangka kerja strategis baru,” kata CEO Henkel Carsten Knobel.

Henkel melaporkan kinerja penjualan yang kuat di lingkungan pasar yang penuh tantangan di kuartal pertama. **Adhesive Technologies** dipengaruhi terutama oleh penurunan permintaan yang signifikan dari industri otomotif. Penjualan **Beauty Care** juga mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Bisnis Hair Salon mengalami kerugian akibat penutupan salon yang diberlakukan di banyak negara. Sebaliknya,

pertumbuhan penjualan organik dalam bisnis Barang Konsumer Bermerek tetap datar dibandingkan dengan kuartal di tahun sebelumnya. Sedangkan **Laundry & Home Care** berhasil mencapai pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat berkat permintaan yang kuat akan deterjen dan pembersih rumah tangga.

“Ketika krisis berkembang, kami akan terus beradaptasi, merespons dengan cepat dan fleksibel terhadap perubahan di pasar. Saya yakin bahwa, dengan tim global kami yang berdedikasi, kerangka kerja strategis baru yang berfokus pada pertumbuhan yang diharapkan, neraca yang kuat, kami berada di posisi yang tepat untuk menghadapi situasi yang sulit ini dan kami bahkan percaya setelah krisis ini kami akan muncul dengan lebih kuat,” tambah Knobel.

## Kinerja penjualan grup

**Penjualan grup** menurun secara **nominal** -0,8 persen pada kuartal pertama 2020, dari 4,969 juta euro pada kuartal pertama 2019 hingga 4,927 juta euro. **Secara organik** (yaitu disesuaikan untuk valuta asing dan akuisisi / divestasi), penjualan menurun sebesar -0,9 persen. Di tingkat Grup, penurunan itu didorong oleh harga, dengan perkembangan harga dan volume berbeda antara unit bisnis. Akuisisi dan divestasi menyumbang peningkatan sebesar 0,4 persen dalam penjualan. Efek valuta asing mengurangi penjualan hingga -0,4 persen.

### Kinerja penjualan grup<sup>1</sup>

dalam jutaan euro	Q1 / 2020
<b>Penjualan</b>	<b>4,927</b>
<b>Perubahan dibandingkan tahun sebelumnya</b>	<b>-0,8%</b>
Pertukaran valuta asing	-0,4%
<b>Disesuaikan dengan valuta asing</b>	<b>-0,5%</b>
Akuisisi / divestasi	0,4%
<b>Organik</b>	<b>-0,9%</b>
Dari harga	-1,0%
Dari volume	0,1%

<sup>1</sup> Dihitung berdasarkan unit 1.000 euro. Setiap angka dibulatkan secara komersial. Penambahan dapat mengakibatkan penyimpangan dari total yang ditunjukkan.

**Pasar negara berkembang** mencatat pertumbuhan penjualan organik sebesar 2,2 persen. Penjualan kami di **pasar negara maju** menurun -2,8 persen. Tahun ke tahun, pengembangan penjualan organik di wilayah Eropa Barat turun -4.6 persen. Sebaliknya, kami dapat meningkatkan penjualan di wilayah Eropa Timur dengan peningkatan 10.8 persen. Di wilayah Afrika/Timur Tengah, kami mencapai pertumbuhan penjualan organik sebesar 6.8 persen pada kuartal pertama 2020.

Penjualan menurun secara organik di wilayah Amerika Utara -1.4 persen dan di wilayah Amerika Latin sebanyak -2.0 persen. Pengembangan penjualan organik di wilayah Asia-Pasifik juga di bawah kuartal tahun sebelumnya yaitu -5,7 persen.

### Kinerja penjualan menurut wilayah<sup>1</sup>

dalam jutaan euro	Eropa Barat	Eropa Timur	Afrika / Timur Tengah	Amerika Utara	Amerika Latin	Asia Pacific	Perusahaan	Grup Henkel
<b>Sales<sup>2</sup> Q1 / 2020</b>	<b>1.500</b>	<b>758</b>	<b>349</b>	<b>1,302</b>	<b>292</b>	<b>697</b>	<b>29</b>	<b>4,927</b>
Penjualan <sup>2</sup> Q1 / 2019	1,569	693	335	1,266	320	754	32	<b>4,969</b>
Ubah dari Q1 / 2019	-4,4%	9,3%	4,4%	2,8%	-8,5%	-7,6%	-	<b>-0,8%</b>
Organik	-4,6%	10,8%	6,8%	-1,4%	-2,0%	-5,7%	-	<b>-0,9%</b>
<b>Proporsi Grup penjualan 2020</b>	<b>30%</b>	<b>15%</b>	<b>7%</b>	<b>26%</b>	<b>6%</b>	<b>14%</b>	<b>1%</b>	<b>100%</b>
Proporsi Grup penjualan 2019	32%	14%	7%	25%	6%	15%	1%	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Dihitung berdasarkan unit 1.000 euro. Setiap angka dibulatkan secara komersial. Penambahan dapat mengakibatkan penyimpangan dari total yang ditunjukkan.

<sup>2</sup> Menurut lokasi perusahaan.

### Kinerja penjualan Teknologi Perekat

Pada kuartal pertama 2020, penjualan unit bisnis Teknologi Perekat menurun secara nominal sebesar -4.3 persen dari 2.309 juta euro pada kuartal tahun sebelumnya ke 2,209 juta euro. Secara organik (mis. Disesuaikan untuk valuta asing dan akuisisi / divestasi), penjualan menurun sebesar -4.1 persen didorong oleh volume. Kinerja pada kuartal pertama ditandai oleh penurunan yang signifikan dalam produksi industri setelah pandemi COVID-19. Efek valuta asing mengurangi penjualan sebesar -0,3 persen. Akuisisi / divestasi tidak mempengaruhi kinerja penjualan.

### Kinerja penjualan Teknologi Perekat<sup>1</sup>

dalam jutaan euro	Q1 / 2020
<b>Penjualan</b>	<b>2,209</b>
Proporsi penjualan Grup	45%
<b>Perubahan dibandingkan tahun sebelumnya</b>	<b>-4,3%</b>
Pertukaran valuta asing	-0,3%
<b>Disesuaikan dengan valuta asing</b>	<b>-4,1%</b>
Akuisisi / divestasi	0,0%
<b>Organik</b>	<b>-4,1%</b>
Dari harga	0,0%
Dari volume	-4,1%

<sup>1</sup> Dihitung berdasarkan unit 1.000 euro. Setiap angka dibulatkan secara komersial. Penambahan dapat mengakibatkan penyimpangan dari total yang ditunjukkan.

Pengembangan penjualan organik di bidang bisnis individu dipengaruhi oleh pandemi COVID-19 dengan derajat yang berbeda-beda. Penjualan di area bisnis **Automotive & Metals** secara mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya, terutama karena penghentian produksi di industri otomotif. Penjualan juga menurun secara signifikan di area bisnis **Electronics & Industrials**, hal ini juga sebagai diakibatkan oleh penghentian produksi di sektor penerbangan dan industri umum. Penurunan keseluruhan di area bisnis **Craftsmen, Construction & Professional** berhasil diimbangi oleh hasil dari sektor konstruksi. Kemudian pada area bisnis **Packaging & Consumer Goods** mencatat kinerja penjualan organik yang datar.

Secara keseluruhan, bisnis di **pasar negara berkembang** menunjukkan penurunan dalam pengembangan penjualan organik. Penjualan di Amerika Latin dan Afrika / kawasan Timur Tengah dan pasar negara berkembang di Asia (kecuali Jepang) turun dari tahun ke tahun. Pandemi COVID-19 berdampak buruk pada bisnis kami di China dan India pada khususnya. Sebaliknya, penjualan di kawasan Eropa Timur meningkat secara signifikan. Bidang Pengemasan & Barang Konsumen dan Pengrajin, Konstruksi & Profesional di Rusia adalah kontributor utama pertumbuhan ini.

**Pasar negara maju** juga menunjukkan perkembangan penjualan organik negatif. Sementara pertumbuhan positif dicapai di pasar yang matang di wilayah Asia-Pasifik, penjualan di wilayah Amerika Utara dan Eropa Barat berada di bawah level kuartal tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh menurunnya perkembangan pada bidang bisnis Automotive & Metals dan Electronics & Industrials. Di Amerika Utara penurunan sebagian dikompensasi oleh pertumbuhan yang kuat di area bisnis Packaging & Consumer Goods dan pertumbuhan yang sangat kuat di area bisnis Craftsmen, Construction & Professional.

## **Kinerja penjualan Beauty Care**

Unit bisnis Beauty Care mencapai **penjualan** 935 juta euro pada kuartal pertama 2020, setara dengan penurunan **nominal** -2.6 persen dibandingkan dengan kuartal tahun sebelumnya (kuartal pertama 2019: 960 juta euro). **Secara organik** (mis. Disesuaikan untuk valuta asing dan akuisisi / divestasi), penjualan menurun sebesar -3,9 persen. Penurunan ini terutama didorong oleh volume. Efek valuta asing mengurangi penjualan oleh -0,9 persen. Akuisisi / divestasi berkontribusi 2.3 persen untuk pengembangan penjualan.

## Kinerja penjualan Beauty Care1

dalam jutaan euro	Q1 / 2020
<b>Penjualan</b>	<b>935</b>
Proporsi penjualan Grup	19%
<b>Perubahan dibandingkan tahun sebelumnya</b>	<b>-2,6%</b>
Pertukaran valuta asing	-0,9%
<b>Disesuaikan dengan valuta asing</b>	<b>-1,7%</b>
Akuisisi / divestasi	2,3%
<b>Organik</b>	<b>-3,9%</b>
Dari harga	-1,0%
Dari volume	-2,9%

<sup>1</sup> Dihitung berdasarkan unit 1.000 euro. Setiap angka dibulatkan secara komersial. Penambahan dapat mengakibatkan penyimpangan dari total yang ditunjukkan.

Penjualan di area bisnis **Barang Konsumer Bermerek** tetap datar, dengan kinerja yang sangat baik dalam kategori Perawatan Tubuh, dan terutama oleh merek **Dial**. Sementara untuk kategori Kosmetik Rambut, penjualan mengalami penurunan sedikit secara keseluruhan, tetapi kami mencapai pertumbuhan organik yang baik dengan bisnis Pewarnaan Rambut kami. Perawatan Rambut dan Styling Rambut, sebaliknya, turun dari tahun ke tahun.

Dampak pandemi COVID-19 pada bisnis **Salon Rambut** kami sangat negatif. Selama kuartal pertama, penutupan salon rambut yang diberlakukan oleh pemerintah di banyak negara mengakibatkan penjualan menurun dengan persentase dua digit.

Penurunan yang timbul dari penyebaran pandemi COVID-19 juga tercermin di daerah. Kinerja di **pasar negara berkembang** sedikit negatif. Wilayah Asia (tidak termasuk Jepang), Amerika Latin dan Afrika/Timur Tengah semuanya turun dari tahun ke tahun. Sebaliknya, kawasan Eropa Timur mencapai pertumbuhan penjualan organik yang kuat berkat kinerja bisnis Barang Konsumen Bermerek kami yang sangat kuat.

Penjualan menurun secara keseluruhan di **pasar negara maju**. Wilayah Eropa Barat dan Amerika Utara turun dari tahun ke tahun. Bisnis Barang Konser Bermerek di Amerika Utara mencatat pertumbuhan yang sangat kuat dalam kategori Perawatan Tubuh; Namun, ini tidak sepenuhnya mengimbangi penurunan yang dialami oleh bisnis Salon Rambut di wilayah tersebut. Kinerja penjualan sedikit yaitu di bawah dari tahun sebelumnya di pasar yang matang di kawasan Asia-Pasifik.

## Kinerja penjualan Laundry & Perawatan Rumah

**Penjualan** di unit bisnis Laundry & Home Care meningkat secara **nominal** sebesar 5.3 persen pada kuartal pertama 2020, dari 1,667 juta euro pada kuartal tahun sebelumnya menjadi 1,755 juta euro. Pertumbuhan penjualan **organik** yang sangat kuat dari 5.5 persen ini dapat terjadi karena didorong oleh volume. Efek valuta asing mengurangi penjualan hingga -0.2 persen. Akuisisi / divestasi memiliki efek netral secara keseluruhan pada kinerja penjualan.

### Kinerja penjualan Laundry & Perawatan Rumah<sup>1</sup>

dalam jutaan euro	Q1 / 2020
<b>Penjualan</b>	<b>1,755</b>
Proporsi penjualan Grup	36%
<b>Perubahan dibandingkan tahun sebelumnya</b>	<b>5,3%</b>
Pertukaran valuta asing	-0,2%
<b>Disesuaikan dengan valuta asing</b>	<b>5,5%</b>
Akuisisi / divestasi	0,0%
<b>Organik</b>	<b>5,5%</b>
Dari harga	-2,3%
Dari volume	7,8%

<sup>1</sup> Dihitung berdasarkan unit 1.000 euro. Setiap angka dibulatkan secara komersial. Penambahan dapat mengakibatkan penyimpangan dari total yang ditunjukkan.

Pertumbuhan penjualan organik di area bisnis **Laundry Care** sangatlah baik – terutama berkat kinerja merek inti kami, **Persil**, yang mencapai peningkatan persentase dua digit dalam penjualan, antara lain karena inovasi kami ofensif. Merek terbesar kami di Amerika Utara **all** juga menunjukkan kinerja yang sangat kuat. Pertumbuhan organik di area bisnis **Home Care** berada dalam kisaran persentase dua digit, didorong terutama oleh peningkatan dua digit dalam keluarga merek **Pril**, **Bref** dan **Somat**.

Dengan peningkatan penjualan organik dalam kisaran persentase dua digit, **pasar negara berkembang** adalah pendorong utama pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat di unit bisnis ini. Henkel mencapai peningkatan penjualan dalam kisaran persentase dua digit di wilayah Afrika/Timur Tengah, Asia (tidak termasuk Jepang) dan Eropa Timur. Pertumbuhan penjualan di Amerika Latin juga sangat kuat.

Kinerja penjualan organik di **pasar negara maju** juga berbuah positif. Sementara penjualan sedikit negatif di wilayah Eropa Barat, sebaliknya wilayah Amerika Utara mencatat pertumbuhan penjualan yang positif. Kinerja penjualan yang kuat terutama di AS, yang merupakan pasar penting bagi Henkel. Pertumbuhan pasar negara maju di kawasan Asia-Pasifik berada dalam kisaran dua digit.

## **Aset bersih dan posisi keuangan Grup**

Tidak ada perubahan substansial pada aset bersih dan posisi keuangan Grup yang terjadi pada periode yang ditinjau dibandingkan dengan 31 Desember 2019.

## **Proyeksi**

Pada tanggal 7 April 2020, Dewan Manajemen Henkel AG & Co. KGaA memutuskan bahwa perkiraan untuk fiskal 2020 yang diterbitkan dalam Laporan Tahunan 2019 tidak dapat lagi ditegakkan. Karena perkembangan dinamis pandemi COVID-19 berdampak pada ekonomi global, evaluasi yang andal dan realistis terhadap kinerja bisnis Henkel di masa depan saat ini tidak memungkinkan.

Segera setelah dimungkinkan untuk melakukan evaluasi yang cukup andal atas kinerja bisnis masa depan pada tahun 2020, Henkel akan mempublikasikan perkiraan yang sesuai.

## Tentang Henkel

Henkel beroperasi secara global dengan portofolio yang seimbang dan beragam. Korporasi memegang posisi terdepan dengan tiga unit bisnisnya di bisnis industri dan konsumen karena merek, inovasi, dan teknologi yang kuat. Henkel Adhesive Technologies adalah pemimpin global dalam pasar perekat. Dalam bisnis Laundry & Home Care dan Beauty Care, Henkel memegang posisi terkemuka di banyak pasar dan kategori di seluruh dunia. Didirikan pada tahun 1876, Henkel melihat kembali kesuksesan lebih dari 140 tahun. Pada 2019, Henkel melaporkan penjualan lebih dari 20 miliar euro dan laba operasi yang disesuaikan sekitar 3,2 miliar euro. Grup ini mempekerjakan lebih dari 52.000 orang di seluruh dunia, membentuk tim yang beragam yang diikat bersama oleh budaya perusahaan yang kuat, tujuan perusahaan bersama, dan nilai-nilai bersama. Sebagai pemimpin yang diakui dalam keberlanjutan, Henkel memegang posisi teratas di banyak indeks dan peringkat internasional. Saham pilihan Henkel terdaftar dalam indeks saham Jerman DAX. Untuk informasi lebih lanjut, silahkan kunjungi [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

Dokumen ini berisi pernyataan yang merujuk pada pengembangan bisnis di masa depan, kinerja keuangan, dan peristiwa lainnya atau perkembangan relevansi masa depan untuk Henkel yang mungkin merupakan pernyataan berwawasan ke depan. Pernyataan berkenaan dengan masa depan ditandai dengan penggunaan kata-kata seperti "berharap," "berniat," "rencana," "mengantisipasi," "percaya," "memperkirakan" dan istilah yang serupa. Informasi ini berisi pernyataan berwawasan ke depan yang didasarkan pada perkiraan saat ini dan asumsi yang dibuat oleh manajemen perusahaan Henkel AG & Co. KGaA. Pernyataan seperti itu tidak dapat dipahami karena dengan cara apa pun menjamin bahwa harapan tersebut akan menjadi akurat. Kinerja dan hasil di masa depan benar-benar diraih oleh Henkel AG & Co. KGaA dan perusahaan afiliasinya bergantung pada sejumlah risiko dan ketidakpastian dan karenanya dapat berbeda secara material 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 masa depan dan tindakan para pesaing dan yang lainnya yang terlibat dalam pasar. Henkel tidak berencana atau berkewajiban memperbarui pernyataan berwawasan ke depan.

Dokumen ini mencakup indikator keuangan tambahan yang tidak didefinisikan secara jelas dalam kerangka pelaporan keuangan yang berlaku dan yang atau mungkin merupakan indikator kinerja alternatif. Ketika menilai aset bersih, posisi keuangan, dan hasil operasi Henkel, indikator keuangan tambahan ini tidak boleh dilihat secara terpisah atau sebagai alternatif dari indikator keuangan yang disajikan sesuai dengan kerangka pelaporan keuangan yang berlaku dalam Laporan Keuangan Konsolidasian. Perusahaan lain yang melaporkan atau menggambarkan indikator kinerja alternatif dengan judul yang sama dapat menghitungnya secara berbeda.

Dokumen ini telah dikeluarkan untuk tujuan informasi saja dan tidak dimaksudkan untuk menjadi saran investasi atau penawaran untuk menjual, atau permintaan penawaran untuk membeli, sekuritas apa pun.

## Kontak

### Investor & Analis

#### Lars Korinth

Telepon: +49 (0) 211 797-1631  
E-mail: [lars.korinth@henkel.com](mailto:lars.korinth@henkel.com)

#### Mona Niermann

Telepon: +49 (0) 211 797-7151  
E-mail: [mona.niermann@henkel.com](mailto:mona.niermann@henkel.com)

#### Dorothee Brinkmann

Telepon: +49 (0) 211 797-5299  
E-mail: [dorothee.brinkmann@henkel.com](mailto:dorothee.brinkmann@henkel.com)

### Press & Media

#### Lars Witteck

Telepon: +49 (0) 211797-2606  
E-mail: [lars.witteck@henkel.com](mailto:lars.witteck@henkel.com)

#### Wulf Klüppelholz

Telepon: +49 (0) 211 797-1875  
E-mail: [wulf.klueppelholz@henkel.com](mailto:wulf.klueppelholz@henkel.com)

#### Jennifer Ott

Telepon: +49 (0) 211797-2756  
E-mail: [jennifer.ott@henkel.com](mailto:jennifer.ott@henkel.com)

Pernyataan untuk kuartal pertama 2020, informasi dengan material terkait serta tautan ke siaran telekonferensi dapat diakses di bagian Pers & Ruang Berita melalui internet di:

[www.henkel.com/press](http://www.henkel.com/press)

[www.henkel.com/ir](http://www.henkel.com/ir)