

# Laporan Triwulan Q3 2023

Juli–September

Momentum pertumbuhan yang berkelanjutan di kuartal ketiga

## Henkel meningkatkan proyeksi untuk tahun fiskal 2023

- **Penjualan grup: sekitar 5,4 juta euro, pertumbuhan penjualan organik sebesar +2,8 persen**
- **Peningkatan penjualan organik didorong oleh kedua unit bisnis:**
  - **Adhesive Technologies pertumbuhan penjualan organik yang positif sebesar +0,8persen**
  - **Consumer Brands: pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat sebesar +6,2 persen**
- **Adhesive Technologies mendukung fokus yang lebih nyata pada pertumbuhan melalui M&A dengan akuisisi *Critica Infrastructure***
- **Consumer Brands: integrasi secara signifikan lebih cepat dari rencana - lebih dari 80 persen penghematan diperkirakan pada akhir tahun 2023**
- **Proyeksi untuk tahun fiskal 2023 dinaikkan:**
  - **Pertumbuhan penjualan organik: 3,5 hingga 4,5 persen (sebelumnya: 2,5 hingga 4,5 persen)**
  - **Laba atas penjualan yang disesuaikan (marjin EBIT): 11,5 hingga 12,5 persen (sebelumnya: 11,0 hingga 12,5 persen)**
  - **Laba per saham preferen yang disesuaikan (EPS): meningkat pada kisaran +15 hingga +25 persen dengan nilai tukar konstan (sebelumnya: +5 hingga +20 persen)**

Jakarta, 9 November 2023 - Pada **kuartal ketiga tahun 2023**, Henkel mencatat **penjualan Grup** sekitar 5,4 miliar euro dan mencapai pertumbuhan penjualan organik sebesar 2,8 persen. Pertumbuhan ini didorong oleh harga yang kuat mengingat harga bahan baku yang jauh lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya. Perkembangan volume negatif tetapi menunjukkan peningkatan yang nyata dibandingkan dengan kuartal kedua. Secara nominal, penjualan -9,0 persen di bawah kuartal tahun sebelumnya, terutama disebabkan oleh keluarnya aktivitas bisnis di Rusia pada kuartal kedua dan efek negatif dari nilai tukar mata uang asing. "Meskipun kondisi pasar yang terus menantang, kami berhasil mempertahankan momentum pertumbuhan di kuartal ketiga, dengan kontribusi dari kedua unit bisnis. Berdasarkan kinerja ini, kami hari ini telah meningkatkan **proyeksi** kami untuk tahun fiskal saat ini. Khususnya

untuk laba per saham preferen yang disesuaikan, kami sekarang mengharapkan peningkatan yang signifikan dalam kisaran 15 hingga 25 persen dengan nilai tukar konstan", kata CEO Henkel Carsten Knobel.

"Kami juga telah memperkuat portofolio *Adhesive Technologies* kami dengan akuisisi yang menarik - yang juga mencerminkan fokus kami yang lebih jelas pada pertumbuhan melalui M&A. Dan kami jelas lebih cepat dari rencana dalam hal integrasi bisnis *Consumer Brands* kami, yang merupakan transformasi terbesar perusahaan kami dalam beberapa dekade terakhir."

## Perkembangan penjualan berdasarkan unit bisnis

Dalam juta euros	Penjualan			
<b>Kuartal Ketiga 2023</b>	<b>Q3/2022</b>	<b>Q3/2023</b>	<b>+/-</b>	<b>Organik</b>
Henkel Group	5,976	<b>5,440</b>	-9.0%	<b>2.8%</b>
Teknologi Adhesif	2,995	<b>2,711</b>	-9.5%	<b>0.8%</b>
<i>Consumer Brands</i>	2,916	<b>2,695</b>	-7.6%	<b>6.2%</b>
<b>Januari–September 2023</b>	<b>1–9/2022</b>	<b>1–9/2023</b>		
Henkel Group	16,889	<b>16,366</b>	-3.1%	<b>4.1%</b>
Teknologi Adhesif	8,462	<b>8,186</b>	-3.3%	<b>3.3%</b>
<i>Consumer Brands</i>	8,251	<b>8,060</b>	-2.3%	<b>5.9%</b>

Meskipun permintaan tetap lemah di beberapa pasar akhir yang relevan dengan Henkel, unit bisnis **Adhesive Technologies** mencatat pertumbuhan penjualan organik yang positif di kuartal ketiga, didorong oleh area bisnis *Mobility & Electronics* dan Pengrajin, Konstruksi & Profesional. Pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat di unit bisnis **Consumer Brands**, yang telah beroperasi di lokasi baru sejak awal tahun, didorong oleh area bisnis global *Laundry & Home Care* dan *Hair*. "Di kedua unit bisnis, perkembangan volume jelas meningkat di kuartal ketiga dibandingkan dengan kuartal sebelumnya - yang menegaskan ekspektasi kami seperti yang telah kami sampaikan saat mempublikasikan hasil kinerja semester pertama. Dan untuk kuartal berikutnya, kami mengharapkan peningkatan lebih lanjut secara berurutan," tambah Knobel. Selain itu, Henkel terus membuat kemajuan yang baik di kuartal ketiga dengan implementasi **agenda pertumbuhan strategisnya**. Dengan mengakuisisi *Critica Infrastructure*, Henkel telah menambahkan bisnis yang berdekatan dan menarik ke dalam portofolio unit bisnis *Adhesive Technologies* dengan tujuan menciptakan platform untuk pertumbuhan lebih lanjut: *Critica* adalah pemasok khusus untuk solusi perbaikan dan penguatan komposit inovatif yang digunakan dalam berbagai aplikasi industri. Di unit bisnis *Consumer Brands*, integrasi bisnis konsumen berjalan lebih cepat dari rencana. Lebih dari 80 persen dari penghematan bersih sekitar 250 juta euro yang ditargetkan sebagai langkah pertama pada akhir tahun 2024 diperkirakan akan terealisasi pada akhir tahun 2023. Selain itu, perusahaan telah memfokuskan portofolio *Consumer Brands* secara ketat pada merek dan produk dengan margin dan profil pertumbuhan yang kuat. "Kami terus secara konsisten mendorong prioritas strategis kami di kedua unit bisnis pada kuartal ketiga. Dengan demikian, kami tetap berada di jalur yang tepat untuk menghasilkan pertumbuhan lebih lanjut dan memperluas posisi kami sebagai pemimpin pasar global," kata Knobel

## Performa penjualan grup

**Penjualan grup** pada **kuartal ketiga tahun 2023** mencapai 5,440 juta euro, penurunan **nominal** sebesar -9.0 persen dibandingkan kuartal tahun sebelumnya. Efek dari akuisisi dan divestasi - termasuk dampak dari penjualan bisnis di Rusia - mengurangi penjualan sebesar -5.5 persen. Pengaruh nilai tukar mata uang asing juga berdampak negatif terhadap perkembangan penjualan sebesar -6.3 persen. **Secara organik** (setelah disesuaikan dengan pengaruh nilai tukar mata uang asing dan akuisisi/divestasi), penjualan meningkat sebesar 2.8 persen. Pertumbuhan ini didorong oleh harga yang kuat di kedua unit bisnis. Volume menurun dari tahun ke tahun, namun perkembangan volume di kedua unit bisnis menunjukkan peningkatan berurutan yang nyata dibandingkan dengan kuartal kedua tahun 2023.

**Penjualan** dalam **Sembilan bulan pertama 2023** mencapai 16,366 juta euro, menunjukkan penurunan **nominal** sebesar -3.1 persen. **Secara organik**, Henkel mencatat pertumbuhan penjualan yang sangat kuat sebesar 4.1 persen, didukung oleh kenaikan harga sebesar dua digit.

### Kinerja Penjualan Grup

Dalam juta euro	Q3/2022	Q3/2023	1-9/2022	1-9/2023
<b>Penjualan</b>	<b>5,976</b>	<b>5,440</b>	<b>16,889</b>	<b>16,366</b>
<b>Perubahan dari tahun sebelumnya</b>	<b>17.3%</b>	<b>-9.0%</b>	<b>12.5%</b>	<b>-3.1%</b>
Valuta asing	6.6%	-6.3%	3.9%	-3.9%
<b>Disesuaikan dengan kurs valuta asing</b>	<b>10.7%</b>	<b>-2.7%</b>	<b>8.6%</b>	<b>0.8%</b>
Akuisisi/Divestasi	-0.6%	-5.5%	-1.1%	-3.4%
<b>Organik</b>	<b>11.3%</b>	<b>2.8%</b>	<b>9.7%</b>	<b>4.1%</b>
Dengan harga	14.7%	8.3%	11.6%	10.8%
Dengan Volume	-3.4%	-5.5%	-1.9%	-6.7%

Pertumbuhan penjualan organik pada **Kuartal ketiga** digerakan oleh wilayah **Eropa, Amerika Utara, Amerika Latin** dan **IMEA**. Sebaliknya, Pertumbuhan penjualan di wilayah **Asia-Pacifik** negatif, terutama karena kondisi pasar yang tegang di Tiongkok.

## Performa penjualan berdasarkan wilayah

Dalam juta euro	Eropa	IMEA	Amerika Utara	Amerika Latin	Asia- Pasifik	Perus- ahaan	Henkel Group
<b>Penjualan<sup>1</sup></b>							
<b>Juli-September 2023</b>	<b>2,040</b>	<b>594</b>	<b>1,517</b>	<b>420</b>	<b>837</b>	<b>34</b>	<b>5,440</b>
Penjualan <sup>1</sup> Juli-September 2022	2,358	618	1,548	413	974	65	<b>5,976</b>
Perubahan dari tahun sebe- lumnya	-13.5%	-3.9%	-2.0%	1.5%	-14.1%	-	<b>-9.0%</b>
Organik	0.9%	24.7%	3.2%	5.8%	-4.7%	-	<b>2.8%</b>
<b>Proporsi penjualan grup</b>							
<b>2023</b>	<b>37%</b>	<b>11%</b>	<b>28%</b>	<b>8%</b>	<b>15%</b>	<b>1%</b>	<b>100%</b>
Proporsi penjualan grup 2022	39%	10%	26%	7%	16%	1%	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Berdasarkan lokasi perusahaan.

Juga dalam **sembilan bulan pertama tahun 2023**, pertumbuhan penjualan organik Henkel yang sangat kuat didorong oleh semua wilayah - dengan pengecualian wilayah Asia-Pasifik.

## Performa penjualan berdasarkan wilayah

Dalam juta euro	Eropa	IMEA	Amerika Utara	Amerika Latin	Asia- Pasifik	Perus- ahaan	Henkel Group
<b>penjualan<sup>1</sup> Januari- September 2023</b>	<b>6,324</b>	<b>1,610</b>	<b>4,621</b>	<b>1,254</b>	<b>2,438</b>	<b>120</b>	<b>16,366</b>
Penjualan <sup>1</sup> Januari- September 2022	6,792	1,713	4,421	1,146	2,642	175	<b>16,889</b>
Perubahan dari tahun sebe- lumnya	-6.9%	-6.0%	4.5%	9.5%	-7.7%	-	<b>-3.1%</b>
Organik	1.9%	25.3%	3.6%	10.5%	-3.4%	-	<b>4.1%</b>
<b>Proporsi penjualan grup</b>							
<b>2023</b>	<b>39%</b>	<b>10%</b>	<b>28%</b>	<b>8%</b>	<b>15%</b>	<b>1%</b>	<b>100%</b>
Proporsi penjualan grup 2022	40%	10%	26%	7%	16%	1%	<b>100%</b>

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

## Performa penjualan Adhesive Technologies

Unit bisnis Adhesive Technologies menghasilkan **penjualan** sebesar 2,711 juta euro di kuartal ke-tiga tahun 2023 (Tahun sebelumnya: 2,995 juta euro). Hal ini merupakan perkembangan **nominal** sebesar -9.5 persen. **Secara organik** (yaitu disesuaikan dengan nilai tukar mata uang asing dan akuisisi/divestasi), penjualan meningkat sebesar 0.8 persen. Pertumbuhan ini didorong oleh kenaikan harga yang kuat. Sebaliknya, volume penjualan berada di bawah tingkat tahun sebelumnya, karena permintaan di beberapa pasar konsumen yang relevan masih lemah. Akuisisi/divestasi mengurangi penjualan sebesar -3.8 persen. Efek nilai tukar mata uang asing memiliki dampak negatif lebih lanjut sebesar -6.5 persen.

Dalam **sembilan bulan pertama di tahun 2023**, unit bisnis *Adhesive Technologies* melaporkan penurunan **nominal** penjualan sebesar -3.3 persen dari 8,186 juta euro. **Secara organik**, unit bisnis mencapai peningkatan penjualan yang kuat sebesar 3.3 percent, di-pengaruhi oleh harga.

### Performa Penjualan Teknologi Adhesif

Dalam juta euro	Q3/2022	Q3/2023	1-9/2022	1-9/2023
<b>penjualan</b>	<b>2,995</b>	<b>2,711</b>	<b>8,462</b>	<b>8,186</b>
Proporsi penjualan grup	50%	50%	50%	50%
<b>Perubahan dari tahun sebelumnya</b>	<b>22.6%</b>	<b>-9.5%</b>	<b>17.6%</b>	<b>-3.3%</b>
Valuta asing	7.7%	-6.5%	5.0%	-3.6%
<b>Disesuaikan dengan kurs valuta asing</b>	<b>14.9%</b>	<b>-3.0%</b>	<b>12.6%</b>	<b>0.3%</b>
Akuisisi/Divestasi	-1.9%	-3.8%	-1.1%	-3.0%
<b>Organik</b>	<b>16.8%</b>	<b>0.8%</b>	<b>13.7%</b>	<b>3.3%</b>
Dengan harga	15.8%	4.9%	13.2%	8.3%
Dengan volume	1.0%	-4.1%	0.5%	-5.0%

Pertumbuhan penjualan organik yang positif yang dicapai pada **kuartal ketiga** didorong oleh area bisnis **Mobilitas & Elektronik dan Pengrajin, Konstruksi & Profesional**. Area bisnis **Mobilitas & Elektronik** membukukan pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat sebesar 4.6 persen. Peningkatan ini didorong oleh bisnis Otomotif, sedangkan kinerja bisnis Elektronik berada di bawah tahun sebelumnya karena permintaan yang masih lemah. Bisnis Industri mencatat pertumbuhan penjualan organik yang positif. Area **bisnis Pengemasan & Barang Konsumsi** melaporkan perkembangan penjualan organik sebesar -5.0 persen, dengan penurunan penjualan di bisnis Barang Konsumsi dan Kemasan. Hal ini disebabkan oleh permintaan yang lebih lemah dan tingginya tingkat penjualan yang dicapai pada periode tahun sebelumnya. Area bisnis **Pengrajin, Konstruksi & Profesional** menghasilkan pertumbuhan penjualan organik sebesar 2.8 persen, didorong oleh bisnis Konstruksi dan bisnis Konsumen & Pengrajin. Sebaliknya, area bisnis Manufaktur Umum & Pemeliharaan mencatat perkembangan yang sedikit negatif karena melemahnya permintaan.

### Perkembangan penjualan berdasarkan unit bisnis

Dalam juta euro	Penjualan			
<b>Kuartal Ketiga 2023</b>	Q3/2022	Q3/2023	+/-	<b>Organik</b>
Teknologi Adhesif	2,995	<b>2,711</b>	-9.5%	<b>0.8%</b>
Mobilitas & Elektronik	1,009	<b>980</b>	-2.8%	<b>4.6%</b>
Pengemasan & Barang Konsumsi	993	<b>855</b>	-13.8%	<b>-5.0%</b>
Craftsmen, Construction & Profesional	994	<b>876</b>	-11.8%	<b>2.8%</b>
<b>Januari-September 2023</b>	<b>1-9/2022</b>	<b>1-9/2023</b>		
Teknologi Adhesif	8,462	<b>8,186</b>	-3.3%	<b>3.3%</b>
Mobilitas & Elektronik	2,767	<b>2,879</b>	4.1%	<b>8.6%</b>
Packaging & Consumer Goods	2,848	<b>2,588</b>	-9.1%	<b>-2.7%</b>
pengrajin, Konstruksi & Profesional	2,848	<b>2,719</b>	-4.5%	<b>4.1%</b>

Dari perspektif regional, kinerja dalam unit bisnis Adhesive Technologies pada kuartal ketiga be- ragam. Di **Eropa**, perkembangan penjualan organik sedikit negatif. Di sini, pertumbuhan di area bisnis Mobilitas & Elektronik dan Pengrajin, Konstruksi & Profesional tidak dapat mengimbangi perkembangan penjualan negatif yang tercatat di area bisnis Pengemasan & Barang Konsumsi. Wilayah **Amerika Utara** membukukan pertumbuhan penjualan organik yang positif, didorong oleh area bisnis Mobilitas & Elektronik. Adhesive Technologies mencapai pertumbuhan penjualan organik dua digit di wilayah IMEA, di mana semua area bisnis ber- kontribusi. Pertumbuhan penjualan organik sangat kuat di wilayah **Amerika Latin**, didorong oleh area bisnis Mobilitas & Elektronik dan Pengemasan & Barang Konsumen. Sebaliknya, wilayah **Asia-Pasifik** mencatat penurunan dari tahun ke tahun karena semua area bisnis ter-pengaruh terutama oleh lingkungan pasar yang tegang yang terjadi di Tiongkok.

## Performa penjualan *Consumer Brands*

Unit bisnis *Consumer Brands* mencapai penjualan sebesar 2,695 juta euro pada **kuartal ketiga di tahun 2023**, mengalami penurunan **nominal** sebesar -7.6 persen dibandingkan kuartal tahun sebelumnya. **Secara organik** (yaitu disesuaikan dengan selisih kurs dan akuisisi/divestasi), penjualan meningkat sebesar 6.2 persen. Pertumbuhan ini didorong oleh kenaikan harga sebesar dua digit. Sebaliknya, volume menurun, juga disebabkan oleh langkah-langkah optimalisasi portofolio yang sedang berlangsung. Pengaruh nilai tukar mata uang asing mengurangi penjualan sebesar -6.3 persen dan akuisisi/divestasi memiliki dampak negatif sebesar -7.5 persen.

Pada **sembilan bulan pertama tahun 2023**, pada **penjualan** unit bisnis *Consumer Brands* mencapai 8,060 juta euro, dan karenanya -2.3 persen nominalnya dibawah tahun sebelumnya. **Secara organik**, penjualan mengalami pertumbuhan sebesar 5.9 persen, di-pengaruhi oleh harga.

## Performa penjualan *Consumer Brands*

Dalam juta euro	Q3/2022	Q3/2023	1-9/2022	1-9/2023
<b>Penjualan</b>	<b>2,916</b>	<b>2,695</b>	<b>8,251</b>	<b>8,060</b>
Proporsi penjualan dari grup	50%	50%	50%	49%
<b>Perubahan dari tahun sebelumnya</b>	<b>11.5%</b>	<b>-7.6%</b>	<b>6.8%</b>	<b>-2.3%</b>
Valuta asing	5.7%	-6.3%	2.8%	-4.2%
<b>Disesuaikan dengan kurs valuta asing</b>	<b>5.8%</b>	<b>-1.3%</b>	<b>3.9%</b>	<b>1.9%</b>
Akuisisi/Divestasi	0.8%	-7.5%	-1.0%	-4.0%
<b>Organik</b>	<b>5.0%</b>	<b>6.2%</b>	<b>5.0%</b>	<b>5.9%</b>
Dengan harga	13.7%	11.9%	10.2%	13.3%
Dengan volume	-8.7%	-5.7%	-5.2%	-7.5%

Area bisnis **Laundry & Home Care** menghasilkan pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat sebesar 5.8 persen pada kuartal ketiga. Bisnis *Laundry Care* membukukan peningkatan penjualan organik yang sangat kuat, terutama didorong oleh pertumbuhan penjualan dua digit yang signifikan dalam kategori *Fabric Care*. Bisnis *Home Care* juga mencatat pertumbuhan yang sangat kuat, terutama didorong oleh peningkatan penjualan yang signifikan pada kategori *Toilet Care*.

Area bisnis **Hair (Rambut)** mencatat pertumbuhan penjualan organik yang signifikan sebesar 8.9 persen pada kuartal ketiga. Di dalam area bisnis ini, *Consumer Brands* mencapai pertumbuhan dua digit, didorong oleh kategori *Hair Styling* dan *Hair Care*. Bisnis Profesional mencatat pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat.

**Bisnis Konsumen Lainnya** menunjukkan perkembangan penjualan organik yang sedikit negatif sebesar -0.6 persen di kuartal ketiga, juga dihasilkan dari upaya-upaya portofolio

### Perkembangan penjualan berdasarkan area bisnis

Dalam juta euro	penjualan			
<b>Kuartal ketiga 2023</b>	<b>Q3/2022</b>	<b>Q3/2023</b>	<b>+/-</b>	<b>Organik</b>
Consumer Brands	2,916	<b>2,695</b>	-7.6%	<b>6.2%</b>
Laundry & Home Care	1,902	<b>1,726</b>	-9.3%	<b>5.8%</b>
Hair	799	<b>779</b>	-2.5%	<b>8.9%</b>
Bisnis Konsumen lainnya	214	<b>190</b>	-11.1%	<b>-0.6%</b>
<b>Januari–September 2023</b>	<b>1–9/2022</b>	<b>1–9/2023</b>		
Consumer Brands	8,251	<b>8,060</b>	-2.3%	<b>5.9%</b>
Laundry & Home Care	5,396	<b>5,179</b>	-4.0%	<b>5.5%</b>
Hair	2,254	<b>2,347</b>	4.1%	<b>8.3%</b>
Bisnis Konsumen lainnya	601	<b>534</b>	-11.0%	<b>-0.2%</b>

Dari perspektif global, unit bisnis *Consumer Brands* mencapai pertumbuhan penjualan organik yang baik di **Eropa** pada kuartal ketiga, terutama didorong oleh area bisnis *Hair*. Wilayah **Amerika Utara** mencatat pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat, dengan semua area bisnis memberikan kontribusi. Pertumbuhan penjualan organik di wilayah **Amerika Latin** juga sangat kuat, terutama didorong oleh area bisnis Rambut. Wilayah **IMEA** mencapai pertumbuhan penjualan organik dua digit, dengan kontribusi dari area bisnis Laundry & Home Care dan Rambut. Sebaliknya, perkembangan penjualan organik di wilayah **Asia-Pasifik** berada di bawah kuartal tahun sebelumnya karena area bisnis Rambut terpengaruh oleh perkembangan pasar yang tidak terlalu baik, terutama di Tiongkok.

### Aset bersih 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 30 Juni 2023.

## Proyeksi Grup Henkel

Berdasarkan kinerja bisnis dalam sembilan bulan pertama tahun 2023 dan asumsi untuk sisa tahun ini, Dewan Manajemen Henkel AG & Co. KGaA telah memutuskan untuk menaikkan panduan untuk tahun fiskal 2023. Untuk **Grup Henkel**, pertumbuhan penjualan organik pada tahun fiskal 2023 sekarang diperkirakan berada di kisaran 3.5 hingga 4.5 persen (yang sebelumnya: 2.5 hingga 4.5 persen). Pertumbuhan penjualan organik di unit bisnis **Adhesive Technologies** saat ini diantisipasi berada di kisaran 2.5 hingga 3.5 persen (yang sebelumnya: 2.0 hingga 4.0 persen) dan di unit bisnis **Consumer Brands** di kisaran 5.0 hingga 6.0 persen (yang sebelumnya: 3.0 hingga 5.0 persen).

Untuk **Grup Henkel, laba atas penjualan yang disesuaikan (margin EBIT)** sekarang diperkirakan berada di kisaran 11.5 hingga 12.5 persen (yang sebelumnya: 11.0 hingga 12.5 persen). Untuk unit bisnis **Teknologi Adhesif**, laba atas penjualan yang disesuaikan sekarang diharapkan berada di kisaran 14.0 hingga 15.0 persen (yang sebelumnya: 13.5 hingga 15.0 persen) dan untuk unit bisnis **Consumer Brands**, di kisaran 10,0 hingga 11,0 persen (sebelumnya 9.5 hingga 11.0 persen) .

Kisaran panduan yang **diperkirakan untuk laba per saham preferen yang disesuaikan (EPS)** dengan nilai tukar konstan kini telah dinaikkan menjadi 15.0 hingga 25.0 persen (sebelumnya: 5.0 hingga 20.0 persen).

Selain itu, kami telah memperbarui ekspektasi berikut untuk 2023:

- Biaya restrukturisasi sekitar 300 juta euro (sebelumnya: 300 hingga 350 juta euro)
- Arus kas keluar untuk investasi pada properti, pabrik dan peralatan dan aset takberwujud sekitar 650 juta euro (sebelumnya: 650 hingga 750 juta euro)

Perkiraan untuk tahun 2023 berikut ini tidak berubah:

- Dampak mata uang terhadap penjualan: dampak negatif dalam kisaran persentase satu digit<sup>1</sup>
- Dampak M&A terhadap penjualan: dampak negatif dalam kisaran persentase satu digit<sup>2</sup>
- Harga bahan baku langsung: kenaikan dalam kisaran persentase satu digit rendah<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Dibandingkan dengan rata-rata tahun sebelumnya.

<sup>2</sup> Termasuk efek dari keluarnya aktivitas bisnis di Rusia.

## Struktur pelaporan yang diubah per kuartal pertama 2023

Mengingat struktur pelaporan yang diubah yang diadopsi pada kuartal pertama tahun 2023 (lihat detailnya di laporan setengah tahun Henkel 2023, halaman 5), angka-angka tahun sebelumnya yang ditunjukkan untuk unit bisnis *Consumer Brands*, untuk area bisnis dalam dua unit bisnis, dan untuk wilayah Eropa, IMEA, dan Asia-Pasifik mencerminkan struktur yang baru.

Catatan: Semua angka dalam dokumen ini telah dibulatkan secara komersial. Penambahan dapat mengakibatkan penyimpangan dari total yang ditunjukkan.

## Tentang Henkel

Dengan merek, inovasi dan teknologinya, Henkel memegang posisi pasar terdepan di seluruh dunia dalam bisnis industri dan konsumen. Unit bisnis *Adhesive Technologies* merupakan pemimpin global dalam pasar perekat, sealant dan pelapis fungsional. Dengan *Consumer Brands*, perusahaan ini memegang posisi terdepan terutama dalam perawatan rambut dan laundry & perawatan rumah di banyak pasar dan kategori di seluruh dunia. Tiga merek terkuat perusahaan adalah Loctite, Persil, dan Schwarzkopf. Pada tahun fiskal 2022, Henkel melaporkan penjualan lebih dari 22 miliar euro dan laba operasional yang disesuaikan sekitar 2,3 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 50.000 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](http://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 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 untuk mengukur aset bersih (neto) 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.

Dokumentasi dapat diperoleh di [www.henkel.com/press](http://www.henkel.com/press)

### Kontak

Mei Ling Wee

Henkel

+65 8799 3216

[meiling.wee@henkel.com](mailto:meiling.wee@henkel.com)