



## Rilis Media

4 Maret 2024

Percepatan implementasi agenda pertumbuhan strategis di tengah lingkungan yang penuh tantangan

### **Henkel memberikan pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat dan peningkatan pendapatan yang signifikan pada tahun 2023**

- **Kinerja bisnis yang sangat baik pada tahun 2023**
  - Penjualan: 21,5 miliar euro, pertumbuhan organik yang sangat kuat sebesar 4,2 persen
  - Laba operasional (EBIT)\*: 2,6 miliar euro, peningkatan signifikan sebesar 10,2 persen
  - Marjin EBIT\*: 11,9 persen, peningkatan yang kuat sebesar 150 basis poin
    - Laba per saham preferen (EPS)\* meningkat secara signifikan: 4,35 euro, +20,0 persen pada nilai tukar konstan
  - Arus kas bebas di level tertinggi baru sebesar 2,6 miliar euro
- **Usulan dividen yang stabil: 1,85 euro per saham preferen**
- **Implementasi Agenda Pertumbuhan yang Terarah semakin dipercepat**
  - **Consumer Brands**: Perkembangan penggabungan usaha berjalan lebih cepat dari yang direncanakan
  - **Adhesive Technologies** : Organisasi baru yang lebih berfokus pada pelanggan
  - Kedua unit bisnis diperkuat dengan akuisisi yang ditargetkan
  - Keberlanjutan yang didorong maju di area-area utama
- **Proyeksi untuk tahun fiskal 2024 - fokus pada pertumbuhan yang menguntungkan**
  - Pertumbuhan penjualan organik: 2,0 hingga 4,0 persen
  - Marjin EBIT\*: 12,0 hingga 13,5 persen

**LOCTITE TECHNOMELT BONDERITE AQUENCE TEROSON.**

- **Laba per saham preferen (EPS)\*: Peningkatan sebesar +5 hingga +20 persen (dengan nilai tukar konstan)**

**Jakarta – "Meskipun lingkungan pasar yang terus menantang, kami secara konsisten mendorong strategi pertumbuhan di tahun 2023 dan bahkan mempercepat implementasinya. Kami menghasilkan pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat dan profitabilitas yang meningkat secara signifikan. Dengan demikian, melampaui perkiraan yang dibuat pada awal tahun. Perkembangan yang sukses ini didorong oleh *Adhesive Technologies* dan *Consumer Brands*," kata CEO Henkel, Carsten Knobel.**

**"Kami juga telah membuat kemajuan yang lebih cepat dari yang direncanakan dengan penggabungan dua bisnis konsumen sebelumnya, yaitu *Laundry & Home Care* dan *Beauty Care*, untuk membentuk unit bisnis *Consumer Brands* yang baru. Penghematan dari integrasi dan langkah-langkah portofolio yang berkelanjutan juga berkontribusi pada kinerja bisnis yang kuat dari unit bisnis ini. Dalam bisnis *Adhesive Technologies*, kami telah menyelaraskan organisasi perusahaan lebih dekat lagi dengan para pelanggan di bawah manajemen yang baru. Kami telah meningkatkan penjualan secara organik dan secara signifikan meningkatkan pendapatan dalam lingkungan industri yang secara umum bergejolak. Selain itu, kami juga telah memperkuat kedua unit bisnis melalui akuisisi yang ditargetkan. Berdasarkan kinerja ini dan sejalan dengan kebijakan dividen, kami akan mengusulkan dividen yang stabil kepada para pemegang saham pada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan."**

**"Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh karyawan Henkel atas kerja sama tim dan dedikasi mereka yang memungkinkan kami untuk menavigasi perusahaan melalui masa-masa yang penuh tantangan ini. Bersama-sama sebagai tim global yang kuat, kita berhasil mendorong Agenda Pertumbuhan yang Bertujuan ke depan, memberikan kemajuan nyata di semua prioritas strategis, dan mengembangkan bisnis. Hal ini membuat saya bangga dan sangat yakin akan masa depan kita."**

### **Kinerja penjualan dan pendapatan grup pada tahun fiskal 2023**

**Penjualan** Grup Henkel mencapai 21.514 juta euro pada tahun fiskal 2023, penurunan nominal sebesar -3,9 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Efek nilai tukar mata uang

asing berdampak negatif pada perkembangan penjualan sebesar -4,3 persen. Pada -3,9 persen, akuisisi/divestasi berdampak negatif pada penjualan, yang terutama disebabkan oleh divestasi kegiatan bisnis di Rusia. **Pertumbuhan penjualan organik** sangat kuat sebesar 4,2 persen. Perkembangan ini didorong oleh kenaikan harga yang mencapai kisaran persentase satu digit, sementara volume menurun. Namun, pada paruh kedua tahun ini, terlihat adanya peningkatan berurutan dalam perkembangan volume.

Unit **Adhesive Technologies** menghasilkan pertumbuhan penjualan organik yang kuat sebesar 3,2 persen, yang didorong oleh area bisnis Mobilitas & Elektronik, serta Pengrajin, Konstruksi & Profesional. Unit bisnis **Consumer Brands** mencapai pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat sebesar 6,1 persen, yang terutama didorong oleh area bisnis Laundry & Home Care dan Hair.

**Laba operasional yang disesuaikan** (EBIT yang disesuaikan) meningkat secara signifikan sebesar 10,2 persen menjadi 2.556 juta euro (tahun sebelumnya: 2.319 juta euro). Perkembangan harga jual yang positif, langkah-langkah yang sedang berlangsung untuk mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi produksi dan rantai pasokan, serta langkah-langkah optimalisasi portofolio lebih dari sekadar mengimbangi dampak negatif terhadap profitabilitas Grup dari harga bahan baku dan logistik yang terus tinggi.

**Laba atas penjualan yang disesuaikan** (marjin EBIT yang disesuaikan) pada tahun fiskal 2023 secara signifikan lebih tinggi dari tahun ke tahun sebesar 11,9 persen (2022: 10,4 persen).

**Laba per saham preferen yang disesuaikan** juga meningkat secara signifikan sebesar 11,5 persen menjadi 4,35 euro (tahun sebelumnya: 3,90 euro). Pada nilai tukar konstan, laba per saham preferen yang disesuaikan meningkat sebesar 20,0 persen.

Persentase **modal kerja bersih** terhadap penjualan mencapai 2,6 persen, jauh lebih rendah dibandingkan dengan tahun sebelumnya (2022: 4,5 persen), terutama karena persediaan yang lebih rendah.

**Arus kas bebas** mencapai level tertinggi baru sebesar 2.603 juta euro, yang merupakan peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya (2022: 653 juta euro).

Hal ini disebabkan oleh arus kas yang jauh lebih tinggi dari aktivitas operasi yang dihasilkan dari laba operasi yang lebih tinggi dan modal kerja bersih yang lebih rendah.

Akibatnya, **posisi keuangan bersih** meningkat secara signifikan menjadi 12 juta euro (31 Desember 2022: -1.267 juta euro).

Dewan Manajemen, Dewan Pengawas dan Komite Pemegang Saham akan mengusulkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan pada tanggal 22 April 2024, **dividen** yang tidak berubah dari tahun sebelumnya yaitu 1,85 euro per saham preferen dan 1,83 euro per saham biasa. Ini setara dengan rasio pembayaran sebesar 42,4 persen, sedikit di atas target yang ditetapkan sebesar 30 hingga 40 persen. Pembayaran ini dimungkinkan berkat basis keuangan yang kuat dan perkembangan positif dari posisi keuangan bersih Grup Henkel. Hal ini memastikan kesinambungan dividen bagi para pemegang saham.

### **Kinerja unit bisnis pada tahun fiskal 2023**

Pada tahun fiskal 2023, **penjualan** unit bisnis **Adhesive Technologies** mencapai 10.790 juta euro dan dengan demikian - karena pengaruh nilai tukar mata uang asing yang negatif - secara nominal -4,0 persen di bawah tingkat tahun sebelumnya. **Secara organik**, penjualan meningkat sebesar 3,2 persen. Pertumbuhan penjualan ini didorong oleh perkembangan harga yang sangat kuat dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Volume menurun secara keseluruhan, terutama disebabkan oleh permintaan yang masih lemah di beberapa pasar utama. Seiring berjalannya tahun, perkembangan volume menunjukkan pemulihan yang berurutan, mencatat tingkat yang stabil pada kuartal keempat. Pada 1.584 juta euro, **laba operasional yang disesuaikan** sedikit di atas tingkat tahun sebelumnya. **Laba atas penjualan yang disesuaikan** meningkat 110 basis poin dibandingkan tahun sebelumnya dan mencapai 14,7 persen. Peningkatan margin yang signifikan ini terutama disebabkan oleh harga yang lebih tinggi yang dikombinasikan dengan langkah-langkah untuk mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi untuk terus mengimbangi kenaikan harga bahan baku yang terus meningkat.

**Penjualan** di unit bisnis **Consumer Brands** mencapai 10.565 juta euro pada tahun fiskal 2023 dan dengan demikian -3,3 persen di bawah tahun sebelumnya secara nominal. Pengaruh nilai tukar mata uang asing mengurangi penjualan sebesar -4,4 persen. Akuisisi/divestasi juga berdampak negatif sebesar -5,1 persen terhadap penjualan, terutama disebabkan oleh

penjualan aktivitas bisnis di Rusia. **Secara organik**, penjualan meningkat sebesar 6,1 persen. Pertumbuhan penjualan ini didorong oleh kenaikan harga sebesar dua digit, sementara volume menurun sebagian karena langkah-langkah optimalisasi portofolio yang berkelanjutan. Namun demikian, perkembangan volume menunjukkan peningkatan yang signifikan secara berurutan pada paruh kedua tahun ini. **Laba usaha yang disesuaikan** mencapai 1.115 juta euro, meningkat secara signifikan dibandingkan tahun sebelumnya (910 juta euro). Peningkatan ini didorong oleh harga jual yang lebih tinggi untuk mengimbangi harga bahan baku yang masih tinggi, langkah-langkah yang sedang berlangsung untuk mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi produksi dan rantai pasokan, penghematan yang dihasilkan dari unit bisnis *Consumer Brands* yang terintegrasi, dan langkah-langkah optimalisasi portofolio. Pada saat yang sama, investasi pemasaran dan periklanan ditingkatkan dibandingkan tahun sebelumnya untuk memperkuat merek dan bisnis. **Laba atas penjualan** yang disesuaikan mencapai 10,6 persen, mewakili peningkatan 220 basis poin dibandingkan tahun sebelumnya - meskipun tidak ada kontribusi positif terhadap pendapatan dari kegiatan usaha di Rusia yang telah didivestasikan pada bulan April 2023.

## **Proyeksi 2024**

Pertumbuhan moderat dalam output ekonomi global diperkirakan akan terjadi pada tahun 2024. Hal ini mengasumsikan peningkatan moderat dalam permintaan industri dan permintaan konsumen di area utama bisnis barang konsumen untuk Henkel. Menurut perkiraan saat ini, inflasi global diperkirakan akan lebih rendah pada tahun fiskal 2024 dibandingkan tahun sebelumnya, meskipun secara keseluruhan akan tetap pada tingkat yang tinggi. Selain itu, suku bunga diperkirakan akan tetap lebih tinggi dari tahun-tahun sebelumnya.

Henkel memperkirakan terjemahan penjualan dalam mata uang asing akan berdampak negatif pada kisaran persentase satu digit. Harga bahan baku langsung diperkirakan akan tetap datar dibandingkan dengan rata-rata tahunan untuk tahun 2023.

Mempertimbangkan asumsi-asumsi ini, Henkel berharap dapat menghasilkan **pertumbuhan penjualan organik** antara 2,0 dan 4,0 persen pada tahun fiskal 2024, dengan kedua unit bisnis diantisipasi dalam kisaran ini. **Laba atas penjualan yang disesuaikan (margin EBIT yang disesuaikan)** diharapkan berada pada kisaran 12,0 hingga 13,5 persen. Laba atas

penjualan yang disesuaikan diperkirakan antara 15,0 dan 16,5 persen untuk Adhesive Technologies dan antara 11,0 dan 12,5 persen untuk *Consumer Brands*. Untuk **laba per saham preferen yang disesuaikan (EPS)** dengan nilai tukar konstan, Henkel memperkirakan peningkatan di kisaran +5,0 hingga +20,0 persen.

### **Kemajuan yang signifikan di semua prioritas strategis**

Dalam lingkungan makroekonomi dan geopolitik yang penuh tantangan, perusahaan secara konsisten berkembang lebih jauh pada tahun keuangan yang lalu. Kerangka kerja strategis untuk pertumbuhan yang terarah diimplementasikan dengan kecepatan yang lebih cepat. Selama empat tahun terakhir, Henkel telah berubah secara fundamental dalam banyak dimensi: struktur, tim, dan budaya. Dan perubahan ini menunjukkan hasil yang nyata. Tiga proyek besar khususnya memiliki dampak yang signifikan pada tahun lalu dan berhasil dieksekusi - dan secara substansial memajukan transformasi Henkel.

### **Penjualan bisnis di Rusia**

Pada bulan April 2022, hanya beberapa minggu setelah serangan Rusia ke Ukraina, Henkel mengambil keputusan untuk keluar dari kegiatannya di Rusia. Hal ini diikuti dengan proses divestasi yang sangat kompleks. Pada bulan April 2023, Henkel akhirnya dapat menjual bisnisnya di Rusia kepada konsorsium investor keuangan lokal. Harga pembelian yang disepakati mencapai sekitar 600 juta euro.

### ***Consumer Brands: Penggabungan berjalan lebih cepat dari yang direncanakan***

Dengan penggabungan dua bisnis konsumen sebelumnya, Laundry & Home Care dan Beauty Care, yang menciptakan unit bisnis Consumer Brands yang baru, Henkel telah membawa semua merek konsumen di semua kategori di bawah satu atap, termasuk merek-merek ikonik seperti Persil atau Schwarzkopf, serta bisnis salon yang sukses. Dengan demikian, Henkel telah membentuk platform multi-kategori untuk memungkinkan pertumbuhan yang dinamis. Pada bulan Januari 2023, unit bisnis baru ini mulai beroperasi.

Dan organisasi baru ini menunjukkan keberhasilan: Sejak saat itu, Henkel telah memenuhi atau melampaui metrik utama dan target keuangan dalam bisnis Consumer Brands, misalnya mencapai pertumbuhan organik yang sangat kuat dan kembali ke margin EBIT yang disesuaikan dengan dua digit. Pada saat yang sama, proses integrasi berjalan lebih cepat dari

yang direncanakan. Hal ini tercermin dari penghematan yang telah direalisasikan pada tahun 2023. Lebih dari 200 juta euro dari penghematan yang ditargetkan sekitar 250 juta euro pada akhir tahun 2024 telah tercapai pada akhir tahun 2023. Total penghematan yang ditargetkan dari fase 1 juga ditingkatkan menjadi 275 juta euro.

Fase integrasi kedua, yang berfokus pada pengoptimalan jaringan rantai pasokan dalam bisnis Consumer Brands, juga telah diluncurkan. Selain itu, apa yang disebut "prinsip 1-1-1" telah diperkenalkan di negara-negara pertama. Artinya: satu pesanan, satu pengiriman, satu faktur. Pada tahun 2023, penghematan sekitar 80 juta euro telah dicapai dari fase 2 integrasi. Penghematan total yang diharapkan dari fase 2 juga meningkat dari setidaknya 150 juta euro menjadi sekitar 250 juta euro. Penghematan total yang diharapkan dari kedua fase integrasi, yang akan direalisasikan secara penuh pada akhir tahun 2026, oleh karena itu akan meningkat dari 400 juta euro menjadi 525 juta euro.

Pada saat yang sama, Henkel telah berinvestasi dalam bisnisnya untuk lebih memperkuat merek dan inovasinya, misalnya dengan meningkatkan investasi pemasaran dan penjualan secara signifikan untuk mendorong pertumbuhan di masa depan dan lebih meningkatkan profitabilitas bisnis.

### ***Pengembangan lebih lanjut dari unit bisnis Adhesive Technologies***

Untuk lebih meningkatkan posisi pasar yang terdepan secara global dan untuk membawa bisnis ini ke tingkat berikutnya, Henkel membuat beberapa perubahan di tingkat manajemen puncak Adhesive Technologies, mempromosikan tim yang lebih beragam dan internasional pada tahun fiskal 2023. Pada saat yang sama, susunan organisasi dioptimalkan untuk lebih meningkatkan kedekatan dengan pelanggan dan pasar. Struktur baru ini terdiri dari tiga area bisnis: Mobilitas & Elektronik, Pengemasan & Barang Konsumen, dan Konsumen, Pengrajin & Profesional. Struktur ini dibentuk pada tahun 2023 dan sepenuhnya tercermin dalam pelaporan keuangan.

### **Kemajuan lebih lanjut di semua prioritas strategis**

Henkel terus menerapkan strategi pertumbuhannya secara sistematis pada tahun fiskal yang lalu 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 aktif** dan sebagai tambahan dari penghentian atau divestasi kegiatan, Henkel telah mengembangkan portofolionya lebih lanjut melalui akuisisi. Dalam bisnis *Consumer Brands*, Henkel mendivestasikan atau menghentikan merek dan kegiatan yang mewakili total penjualan sekitar 650 juta euro setelah pengumuman untuk menggabungkan dua bisnis konsumen pada awal tahun 2022. Sebagai contoh, bisnis pengharum ruangan di Amerika Utara didivestasikan pada tahun 2023. Pada saat yang sama, portofolio diperkuat dengan akuisisi merek binatu dan perawatan rumah tangga berkelanjutan Earthwise di Selandia Baru. Di unit bisnis *Adhesive Technologies*, Henkel memperluas portofolionya di bidang pemeliharaan, perbaikan, dan perbaikan dengan mengakuisisi Critica Infrastruktur, penyedia khusus solusi serat-komposit yang inovatif untuk perbaikan di berbagai aplikasi industri. Dengan transaksi ini, Henkel telah menambahkan bisnis yang berdekatan dengan portofolio perekatnya dan menciptakan platform untuk pertumbuhan lebih lanjut. Penguatan kedua unit bisnis melalui akuisisi yang ditargetkan berlanjut pada awal tahun 2024 dengan akuisisi merek perawatan rambut Vidal Sassoon di Tiongkok dan *Seal for Life* di bidang perawatan industri.

Pada tahun 2023, Henkel meluncurkan berbagai **inovasi** ke pasar, menjawab tren penting dan menciptakan nilai bagi pelanggan dan konsumen. Dalam bisnis Teknologi Perekat, Henkel memperkenalkan solusi baru untuk merekatkan lensa kamera pada sistem bantuan pengemudi. Hal ini memungkinkan produksi kamera yang cepat dan kuat di industri otomotif sekaligus memastikan keamanan yang lebih baik pada kendaraan otonom generasi berikutnya. Dalam bisnis *Consumer Brands*, Persil Deep Clean diluncurkan di lebih dari 30 negara, memperkenalkan formula baru dengan teknologi enzim yang inovatif. Formula ini memberikan penghilangan noda yang sangat baik, sekaligus mencegah bau tak sedap pada mesin cuci. Henkel juga meluncurkan kembali seluruh portofolio penataan rambut Got2b dengan desain kemasan baru dan meningkatkan keberlanjutan dengan formula vegan, bahan-bahan alami, dan kemasan yang lebih berkelanjutan.

Selain itu, Henkel semakin mengutamakan **keberlanjutan** dalam bisnisnya. Dalam konteks ini, perlindungan iklim merupakan salah satu pilar penting dari "Kerangka Kerja Ambisi Keberlanjutan 2030+" Henkel, yang terus diperkuat di seluruh rantai nilai bisnis. Fokus



utamanya adalah memperluas penggunaan energi terbarukan dan mendorong kemajuan menuju ambisi untuk mencapai operasi yang ramah lingkungan pada tahun 2030. Di sini, Henkel membuat kemajuan yang signifikan. Perusahaan mengubah 14 lokasi menjadi produksi netral CO2 pada tahun 2023. Pada akhir tahun 2023, Henkel mencapai pengurangan emisi CO2 sebesar 61 persen per ton produk (dibandingkan dengan tahun dasar 2010). Sebagai bagian dari upaya keberlanjutan perusahaan, Henkel juga menekankan pada portofolio produk yang lebih berkelanjutan, misalnya melalui peningkatan penggunaan bahan terbarukan dan daur ulang serta melacak kemajuannya di bidang ini secara lebih sistematis.

Henkel juga telah membuat kemajuan lebih lanjut di bidang **digitalisasi**. Dalam unit digitalnya "Henkel dx", perusahaan terus mengoptimalkan struktur internal, memperkuat pengembangan keahlian digital dan lebih jauh mempromosikan budaya inovasi. Henkel juga memperdalam kemitraan strategisnya dengan perusahaan digital terkemuka di dunia seperti SAP, Microsoft dan Adobe. Hal ini memungkinkan Henkel untuk mengintegrasikan teknologi mutakhir ke dalam platform dan proyek digitalnya. Dengan mempercepat inovasi digital, strategi platform yang konsisten dan dengan kolaborasi yang erat antara semua unit bisnis dan fungsi, perusahaan dapat lebih meningkatkan efisiensi TI tahun lalu dan menciptakan peluang bisnis baru bagi perusahaan, misalnya di bidang pasar bisnis-ke-bisnis.

Selain itu, Henkel semakin memperkuat **budaya perusahaannya** pada tahun lalu, berdasarkan tujuan perusahaan "Pelopor di hati untuk kebaikan generasi" dan "Komitmen Kepemimpinan" yang telah ditetapkan. Area fokus lainnya adalah penerapan konsep "Smart Work" yang holistik, yang membentuk kerangka kerja global untuk topik-topik seperti kerja mobile, tempat kerja digital, dan kesehatan karyawan, serta inisiatif global "*Diversity, Equity & Inclusion* (DEI)" yang baru.

"Kami menghasilkan kinerja bisnis yang kuat pada tahun 2023, secara konsisten menerapkan agenda untuk pertumbuhan yang terarah di semua dimensi strategis dan mendorong transformasi perusahaan. Saya sangat yakin bahwa kita berada di jalur yang tepat dan menjalankan strategi yang tepat. Kita dapat menatap tahun 2024 dan tahun-tahun berikutnya dengan penuh percaya diri dan berkomitmen penuh untuk mewujudkan ambisi," rangkuman Carsten Knobel.

## Tentang Henkel

Dengan merek, inovasi dan teknologinya. Henkel memegang posisi pasar terdepan diseluruh dunia dalam bisnis industri dan konsumen. Unit bisnis *Adhesive Technology* merupakan pemimpin global dalam pasar perekat, sealant dan pelapis fungsional. Dengan Costumer Brands, perusahaan ini memegang posisi terdepan terutama dalam laundry & home care dan hair di banyak pasar dan kategori di seluruh dunia. Tiga merek terkuat perusahaan 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 indeks saham Jerman DAX. Keberlanjutan memiliki tradisi yang panjang di Henkel, dan perusahaan ini memiliki strategi keberlanjutan yang jelas dengan target yang konkret. Henkel didirikan pada tahun 1876 dan saat ini mempekerjakan tim yang beragam yang terdiri dari sekitar 48,000 orang diseluruh 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 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 untuk mengukur 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.

**Materi foto tersedia di [www.henkel.com/press](http://www.henkel.com/press)**

## Kontak media

Meiling Wee

+65 8799 3216

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