

Siaran Pers

11 Maret 2026

Henkel tunjukkan hasil tahunan pada 2025: Dividen akan ditingkatkan lebih lanjut

Henkel mencatat pertumbuhan organik di tahun 2025 dan meningkatkan profitabilitas melalui inovasi dan efisiensi yang lebih baik

- **Kinerja bisnis yang baik pada tahun fiskal 2025**
 - Penjualan: 20.5 miliar euro, pertumbuhan organik 0.9 persen
 - Laba operasional (EBIT)*: 3.0 miliar euro, sedikit lebih rendah daripada tahun sebelumnya akibat kurs valuta asing yang sangat negatif
 - Margin EBIT*: 14.8 persen, peningkatan sebesar 50 poin
 - Laba persaham preferen (EPS)*: 5.33 euro, +4.7 persen (pada rata-rata nilai tukar konstan)
 - Arus kas bebas yang kuat sebesar 1.9 miliar euro
- **Usulan kenaikan dividend sebesar 1.5 persen menjadi 2.07 euro per saham preferen**
- **Pelaksanaan *Purposeful Growth Agenda* (Agenda Pertumbuhan yang Bertujuan) terus mengalami kemajuan**
 - Penggabungan unit bisnis konsumen telah berhasil diselesaikan lebih awal dari jadwal yang ditetapkan
 - Akuisisi terbaru dari kedua unit bisnis memperkuat potensi pertumbuhan
- **Prospek untuk tahun fiskal 2026: Pertumbuhan pendapatan dan laba diperkirakan akan berlanjut.**
 - Pertumbuhan penjualan organik: 1.0 hingga 3.0 persen
 - Margin EBIT*: 14.5 hingga 16.0 persen
 - Laba per saham preferen (EPS)*: Diproyeksikan meningkat dalam kisaran persentase satu digit, dari level rendah hingga tinggi (pada kurs konstan)

*Setelah disesuaikan dengan beban dan pendapatan satu kali, serta beban restrukturisasi.

Düsseldorf – Henkel mencatatkan kinerja yang secara keseluruhan baik di tahun fiskal 2025 yang penuh tantangan, ditandai oleh pertumbuhan ekonomi global yang cukup stabil di tengah lingkungan geopolitik yang kompleks. Penjualan Grup pada tahun fiskal 2025 mencapai sekitar 20,5 miliar euro, dan margin EBIT yang disesuaikan meningkat sebesar 50 basis poin menjadi 14,8 persen. Laba per saham preferen yang disesuaikan pada tingkat kurs konstan naik sebesar 4,7 persen.

“Lingkungan bisnis kami telah dan terus ditandai oleh tantangan besar, termasuk konflik militer, ketegangan geopolitik di banyak bagian dunia, serta konflik perdagangan dan tarif yang meluas. Ketidakpastian yang timbul melemahkan sentimen konsumen dan permintaan industri. Dengan perang di Timur Tengah yang dimulai pada akhir Februari, ketidakpastian tersebut kembali meningkat secara signifikan,” kata CEO Henkel, Carsten Knobel. “Terlepas dari kondisi ekonomi yang terus menantang, kami berhasil mendorong kemajuan Henkel pada tahun 2025. Kami mencapai atau bahkan melampaui sejumlah target utama dan terus mendorong transformasi perusahaan. Peningkatan penjualan secara organik dan secara signifikan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Kami ingin para pemegang saham ikut menikmati perkembangan sukses perusahaan. Oleh karena itu, kami akan mengusulkan kenaikan dividen sebesar 1,5 persen.”

“Kami secara organik meningkatkan penjualan dan lebih jauh meningkatkan profitabilitas di kedua unit bisnis, *Adhesive Technologies* dan *Consumer Brands*, terutama melalui inovasi-inovasi baru, langkah-langkah penghematan biaya yang berkelanjutan, dan peningkatan efisiensi, serta pertumbuhan yang lebih kuat di segmen-segmen dengan margin tinggi. Peningkatan margin di unit bisnis *Consumer Brands* didorong oleh selesainya proses integrasi, upaya penghematan yang berkelanjutan, dan proses valorisasi lebih lanjut—yakni peningkatan terarah pada portofolio produk. Pada saat yang sama, kami terus berinvestasi dalam masa depan kedua divisi: dalam penguatan brand, inovasi, keberlanjutan, dan digitalisasi. Selain itu, selama tiga bulan terakhir, kita telah menyepakati akuisisi di kedua unit bisnis dengan volume penjualan gabungan sekitar €1,2 miliar guna memperkuat bisnis dan memperluas potensi pertumbuhannya. Hasil untuk tahun 2025 secara jelas menunjukkan bahwa kita berada di jalur yang tepat dengan strategi pertumbuhan yang berkelanjutan dan bertujuan, yang secara efektif memposisikan perusahaan untuk masa depan. Hal ini juga tercermin dalam proyeksi untuk tahun fiskal 2026, di mana kami memperkirakan pertumbuhan penjualan dan laba lebih lanjut, meskipun awal tahun kemungkinan akan sedikit lebih lambat. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh karyawan atas kinerja luar biasa mereka. Berkat kerja sama tim dan komitmen luar biasa mereka, kami sekali lagi berhasil mengarahkan perusahaan melalui lingkungan yang penuh tantangan ini,” ucap Carsten Knobel.

Kinerja penjualan grup dan pendapatan ditahun fiskal 2025

Penjualan Grup Henkel pada tahun fiskal 2025 mencapai 20.495 juta euro, turun sebesar -5,1 persen secara tahunan dalam nilai nominal. Dampak kurs valuta asing memberikan pengaruh negatif sebesar -4,2 persen terhadap penjualan. Setelah disesuaikan dengan dampak kurs valuta asing, penjualan turun sebesar -0,8 persen. Akuisisi/divestasi juga berdampak negatif terhadap penjualan, turun sebesar -1,7 persen, terutama disebabkan oleh penjualan bisnis *Retailer Brands* di Amerika Utara dalam unit bisnis *Consumer Brands*. **Pertumbuhan penjualan organik**, yaitu setelah disesuaikan dengan dampak nilai tukar mata uang dan akuisisi/divestasi, tetap positif sebesar 0,9 persen. Kenaikan ini terutama didorong oleh harga, sementara volume tetap stabil dibandingkan tahun sebelumnya.

Unit bisnis ***Adhesive Technologies*** menghasilkan pertumbuhan penjualan organik yang baik sebesar 1.5 persen, secara khusus didorong oleh area bisnis *Mobility & Electronics*. Unit bisnis ***Consumer Brands*** mencatat pertumbuhan penjualan organik yang positif sebesar 0.3 persen, khususnya didorong oleh area bisnis *Hair*.

Laba operasional yang disesuaikan (adjusted EBIT) mencapai 3,026 juta euro dan dengan demikian dibawah level tahun sebelumnya, terutama disebabkan oleh dampak kurs valuta asing yang sangat negatif (2024: 3,089 juta euro).

Sebaliknya, **laba atas penjualan yang disesuaikan (margin EBIT yang disesuaikan)** pada tahun buku yang ditinjau tercatat lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu sebesar 14,8 persen (2024: 14,3 persen).

Laba per saham preferen yang telah disesuaikan sedikit menurun dari -0.6 persen menjadi 5.33 euro (2024: 5.36 euro). Pada nilai tukar konstan, Laba per saham preferen yang disesuaikan meningkat 4.7 persen.

Modal kerja bersih sebagai persentase dari penjualan mencapai 3,8 persen, yang menunjukkan kenaikan dibandingkan tahun sebelumnya (2024: 3.0 persen).

Arus kas bebas, sebesar 1,850 juta euro, lebih rendah dibanding tahun sebelumnya (2024: 2,362 juta euro). Perkembangan ini terutama disebabkan oleh perubahan pada modal kerja bersih serta dampak penjabaran kurs akibat konversi mata uang.

Meskipun terjadi arus kas keluar untuk pembayaran dividen dan program pembelian kembali saham, **posisi keuangan bersih** tercatat sebesar 109 juta euro, sehingga lebih tinggi dari angka pada tahun sebelumnya (31 December 2024: -93 juta euro).

Dewan Direksi, Dewan Pengawas, dan Komite Pemegang Saham akan mengusulkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan pada tanggal 27 April 2026, kenaikan **dividen** sebesar

1.5 persen dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu sebesar 2.07 euro per saham preferen dan 2.05 euro per saham biasa. Kenaikan dividen dimungkinkan berkat kinerja keuangan yang baik pada tahun fiskal sebelumnya serta basis keuangan Henkel Group yang kuat. Rasio pembayaran dividen tetap tidak berubah pada angka 37,9 persen dan dengan demikian berada dalam kisaran target antara 30 hingga 40 persen.

Kinerja unit bisnis pada tahun fiskal 2025

Penjualan di unit bisnis **Adhesive Technologies** berjumlah 10,667 juta euro pada tahun buku yang ditinjau, turun -2.8 persen secara nominal dari tahun ketahun. Efek nilai tukar mengurangi penjualan sebesar 4,1 persen. Dampak Akuisisi/divestasi berkurang -0.1 persen. **Secara organik**, penjualan meningkat sekitar 1.5 persen. Pertumbuhan penjualan ini terutama didorong oleh perkembangan volume yang positif pada paruh kedua tahun ini dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yang disebabkan oleh sedikit peningkatan permintaan di beberapa pasar akhir utama. Perkembangan harga juga menunjukkan tren positif dibandingkan dengan tahun sebelumnya. **Laba operasional yang disesuaikan** sedikit lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu sebesar 1.779 juta euro. Margin bruto tetap stabil pada level yang tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya. **Laba atas penjualan yang disesuaikan** meningkat sedikit dibandingkan tahun sebelumnya dan mencapai 16.7 persen.

Penjualan di unit bisnis **Consumer Brands** berjumlah 9,677 juta euro di tahun buku yang ditinjau, yaitu -7.5 persen dibawah tahun sebelumnya secara nominal. Penjualan menurun akibat kurs valuta asing yaitu sebesar -4.4 persen. Penjualan mengalami dampak negatif dari Akuisisi/divestasi sekitar -3.4 persen, terutama disebabkan oleh divestasi dari brand retail di Amerika Utara pada April 2025. **Secara organik**, penjualan meningkat menjadi 0.3 persen. Kenaikan penjualan ini didorong oleh perkembangan harga yang positif, sementara volume penjualan mengalami penurunan tipis. **Laba operasional yang disesuaikan** sebesar 1.400 juta euro hampir sama dengan tingkat tahun sebelumnya. Sebaliknya, margin bruto meningkat secara signifikan. **Laba atas penjualan yang disesuaikan** mencapai 14,5 persen, yang menunjukkan kenaikan signifikan dibandingkan tahun sebelumnya.

Prospek 2026

Setelah momentum pertumbuhan yang cukup stabil pada tahun fiskal sebelumnya, output ekonomi global diperkirakan akan terus meningkat dengan laju yang masih relatif tertahan pada tahun 2026. Perkembangan ekonomi global diperkirakan tetap dipengaruhi oleh ketidakpastian geopolitik yang berkelanjutan serta tingkat harga yang masih tinggi secara keseluruhan. Dalam konteks tersebut, diperkirakan hanya akan terjadi peningkatan yang terbatas pada permintaan industri dan permintaan konsumen di berbagai area bisnis yang relevan dengan kegiatan produk konsumen Henkel.

Penjabaran penjualan dalam mata uang asing diperkirakan akan memberikan dampak negatif dalam kisaran persentase satu digit yang rendah. Harga bahan baku langsung diperkirakan meningkat dalam kisaran persentase satu digit yang rendah dibandingkan rata-rata tahunan 2025.

Dengan mempertimbangkan asumsi-asumsi tersebut, Henkel memperkirakan akan mencatatkan pertumbuhan **penjualan organik** sebesar 1,0 hingga 3,0 persen pada tahun fiskal 2026. Pertumbuhan organik sebesar 1,0 hingga 3,0 persen diperkirakan akan dicapai oleh unit bisnis *Adhesive Technologies*, sedangkan unit bisnis *Consumer Brands* diperkirakan akan mencatatkan pertumbuhan sebesar 0,5 hingga 2,5 persen. **Laba atas penjualan yang disesuaikan (margin EBIT yang disesuaikan)** diperkirakan berada dalam kisaran 14,5 hingga 16,0 persen. Untuk *Adhesive Technologies*, laba atas penjualan yang disesuaikan diperkirakan antara 16,5 dan 18,0 persen, sedangkan untuk *Consumer Brands* antara 14,0 dan 15,5 persen. Untuk **laba per saham preferen yang disesuaikan (EPS)** pada tingkat kurs konstan, diperkirakan akan terjadi kenaikan dalam kisaran persentase satu digit rendah hingga tinggi.

Kemajuan besar dalam proses transformasi

Selama beberapa tahun terakhir, Henkel telah melakukan pembaruan mendasar di berbagai bidang dan secara konsisten menjalankan agenda strategisnya untuk pertumbuhan yang bertujuan. Faktor kunci dalam kesuksesan jangka panjang adalah kemauan untuk terus berkembang dan aktif dalam membentuk perubahan.

Consumer Brands: Merger berhasil diselesaikan

Penggabungan bisnis produk konsumen ke dalam unit bisnis **Consumer Brands**, yang diumumkan pada awal tahun 2022, telah selesai pada akhir tahun fiskal 2025. Secara keseluruhan, target penghematan tahunan sebesar 525 juta euro telah terlampaui pada akhir tahun fiskal 2025. Hal ini menandai keberhasilan penyelesaian integrasi unit bisnis *Consumer Brands* – satu tahun lebih cepat dari yang direncanakan semula.

Pada saat yang sama, unit bisnis *Consumer Brands* secara konsisten berfokus pada merek-merek kuat dan bisnis dengan margin kotor tinggi, serta posisi terdepan di pasar dan kategori. Fokus pada merek dan bisnis bertumbuh tinggi serta bermargin tinggi ini membuahkan hasil: Sepuluh merek teratas dalam *Consumer Brands*, yang menyumbang hampir 60 persen dari pendapatan pada 2025, mencatat pertumbuhan organik yang sangat kuat, disertai peningkatan volume yang positif.

Pentingnya mengonsolidasikan bisnis konsumen menjadi sangat jelas ketika melihat kinerja selama tiga tahun terakhir – yaitu, sejak unit bisnis baru ini didirikan. Pada tahun fiskal 2022, laba atas penjualan yang disesuaikan dari bisnis terkait mencapai 8,3 persen. Pada akhir tahun fiskal 2025, angka tersebut meningkat menjadi 14,5 persen. Hal ini menunjukkan peningkatan

sebesar 6,2 poin persentase selama tiga tahun – periode yang juga mencatat peningkatan signifikan dalam investasi pada merek dan kemampuan inovasi di dalam unit bisnis ini.

Penerapan agenda strategis yang konsisten

Di tengah kondisi makroekonomi dan geopolitik yang penuh tantangan, Henkel terus menerapkan agenda strategisnya secara konsisten pada tahun fiskal lalu dan mencatat kemajuan penting di semua bidang. Perusahaan terus mengembangkan portofolio bisnis dan merek, memperkuat keunggulan kompetitif dalam hal inovasi, keberlanjutan, dan digitalisasi, mengoptimalkan proses bisnis, serta memperkuat budaya perusahaan.

Sebagai bagian dari **pengelolaan portofolio yang aktif**, Henkel telah mengembangkan portofolionya lebih lanjut dengan menghentikan atau divestasi beberapa aktivitas serta melakukan akuisisi. Dengan divestasi bisnis *Retailer Brands* di Amerika Utara, yang berhasil diselesaikan pada musim semi 2025, Henkel telah menyelesaikan langkah-langkah portofolio yang diumumkan pada awal penggabungan bisnis konsumennya yang sebelumnya terpisah. Sejak awal 2022, Henkel telah menjual atau menghentikan merek dan kegiatan dengan total penjualan sedikit di atas 1 miliar euro.

Memperluas portofolio melalui akuisisi yang ditargetkan juga merupakan bagian integral dari agenda pertumbuhan Henkel. Pada tahun 2025, Henkel menandatangani perjanjian untuk mengakuisisi ATP Adhesive Systems AG. Perusahaan yang berbasis di Swiss ini adalah penyedia terkemuka produk *specialty tapes* berkinerja tinggi berbasis air untuk berbagai pasar akhir, termasuk otomotif, elektronik, medis, konstruksi, dan industri grafis. ATP memiliki kehadiran yang kuat di Amerika Utara dan Eropa serta menghasilkan penjualan sekitar 270 juta euro pada tahun fiskal 2025.

Pada Februari 2026, Henkel telah menyetujui untuk **mengakuisisi** Stahl Group yang berbasis di Belanda. Perusahaan ini merupakan pemain global dalam bidang pelapis khusus berkinerja tinggi untuk material fleksibel, melayani perusahaan-perusahaan terkemuka di seluruh dunia di pasar otomotif, mode & gaya hidup, serta kemasan. Pada tahun fiskal 2025, Stahl menghasilkan penjualan sekitar 725 juta euro dengan jejak regional yang seimbang.

Selain itu, Henkel menandatangani perjanjian pada awal Maret untuk mengakuisisi "*Not Your Mother's*", salah satu merek perawatan dan penataan rambut konsumen terkemuka di Amerika Utara. Hal ini memperkuat posisi Henkel di bisnis perawatan rambut, salah satu kategori inti dalam unit bisnis *Consumer Brands*. "*Not Your Mother's*" adalah merek perawatan rambut yang sukses dan berkembang pesat dengan rangkaian produk yang luas, meliputi sampo, kondisioner, perawatan, dan produk penataan rambut. Pada tahun fiskal 2025, merek ini menghasilkan penjualan sekitar 190 juta euro dengan pertumbuhan dua digit dan tingkat profitabilitas yang tinggi.

Transaksi-transaksi terbaru ini, yang masih tunduk pada persyaratan penutupan umum dan persetujuan *antitrust*, **mewakili volume penjualan tambahan gabungan sekitar 1,2 miliar euro** dan **mendorong potensi pertumbuhan** bagi bisnis *Adhesive Technologies* yang terkemuka di dunia serta unit bisnis *Consumer Brands*.

Pada tahun 2025, Henkel meluncurkan berbagai **inovasi** ke pasar, menanggapi tren-tren penting, dan menciptakan nilai bagi pelanggan serta konsumen. Di pasar barang konsumen, inovasi merupakan faktor kunci keberhasilan untuk membedakan diri. Salah satu contohnya adalah pewarna rambut Creme Supreme baru dari Schwarzkopf. Terinspirasi oleh aplikasi salon profesional, Henkel telah mengembangkan Creme Supreme, sebuah teknologi baru yang memperkuat dan menutrisi struktur rambut melalui proses *micro-bonding*. *Micro-bond* ini menyatukan serat rambut secara lebih efektif dan membentuk lapisan pelindung khusus di sekitar rambut. Hal ini menghasilkan kerusakan rambut yang jauh lebih sedikit, salah satu kekhawatiran utama konsumen saat mewarnai rambut mereka.

Konsep "*House of Hair*" juga memainkan peran penting dalam mengembangkan inovasi di kategori Perawatan Rambut. Sejak Maret 2025, Henkel telah mengonsolidasikan bidang-bidang utama bisnis kosmetik rambutnya di Hamburg ke dalam satu lokasi di Jerman: penelitian dan pengembangan, salon uji coba, pemasaran, serta *Academy of Hair*. Di sini, lebih dari 300 ahli bekerja sama secara erat untuk mengembangkan produk-produk inovatif. Selain Hamburg, terdapat empat lokasi lain di Los Angeles, Tokyo, Shanghai, dan Guadalajara. Setiap lokasi memainkan peran penting dalam pengembangan produk kosmetik rambut yang berorientasi pada pelanggan dan secara khusus menyesuaikan kebutuhan konsumen yang berbeda-beda di setiap wilayah.

Inovasi juga merupakan faktor kunci keberhasilan bagi unit bisnis *Adhesive Technologies*. Oleh karena itu, Henkel terus berinvestasi secara konsisten untuk memperkuat posisinya di tengah persaingan yang ketat. Salah satu fokus utamanya adalah perluasan jaringan pusat penelitian dan inovasi mutakhir. "*Inspiration Centers*" semacam itu telah beroperasi sejak beberapa waktu lalu di Düsseldorf, Mumbai di India, dan New Jersey di Amerika Serikat. Pada tahun 2025, Henkel membuka Pusat Inspirasi lainnya di Shanghai untuk kawasan Asia-Pasifik, dengan investasi sebesar 60 juta euro. Lebih dari 500 peneliti dan pengembang bekerja di pusat ini bersama pelanggan dari berbagai industri.

Salah satu prioritas **keberlanjutan** Henkel yang terus diutamakan adalah pengurangan emisi di sepanjang rantai nilai. Pada tahun 2045, perusahaan menargetkan untuk mengurangi emisi gas rumah kaca absolut Lingkup 1, 2, dan 3 sebesar 90 persen (dibandingkan dengan tahun dasar 2021) dan dengan demikian mencapai net-zero. Di ketiga kategori lingkup tersebut, Henkel telah membuat kemajuan pada tahun lalu dan telah mengurangi emisi sebesar 29 persen sejak tahun dasar 2021. Henkel juga telah mencapai peningkatan di bidang rantai

pasokan berkelanjutan. Porsi bahan baku berbasis kelapa sawit yang bersumber secara bertanggung jawab dan bersertifikat kini telah mencapai 98 persen. Perusahaan juga telah meningkatkan kinerjanya dalam penilaian keberlanjutan yang diakui secara internasional. Di antara pencapaian lainnya, Henkel menerima peringkat A dalam kategori Iklim pada penilaian CDP 2025 untuk pertama kalinya. Henkel juga meningkatkan kinerjanya lebih lanjut dalam penilaian EcoVadis terbaru dan sekali lagi dianugerahi peringkat Emas.

Henkel juga telah mencatat kemajuan lebih lanjut dalam bidang **digitalisasi**. Pada tahun 2025, perkembangan pesat di bidang kecerdasan buatan (AI) menjadi topik utama. Kecerdasan buatan akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap cara perusahaan beroperasi di masa depan. Henkel menerapkan teknologi AI dalam berbagai aplikasi praktis di seluruh bisnis, baik di area industri maupun barang konsumen. Pada tahun 2025, Henkel meluncurkan iklan TV generatif pertamanya yang didukung AI di Jerman, sehingga membawa ikon Persil, White Lady, ke era baru. AI juga digunakan dalam otomatisasi proses di laboratorium pengembangan perekat. Dalam produksi baterai, Henkel menggunakan simulasi yang didukung AI dan solusi pelepasan perekat inovatif untuk membantu pelanggan mengurangi waktu dan biaya pengembangan serta mengoptimalkan kinerja.

Sebagai bagian dari strategi pertumbuhan jangka panjangnya, Henkel terus menyesuaikan unit-unit bisnisnya dengan tuntutan pasar yang dinamis dan ekspektasi pelanggan yang terus berubah guna mencapai kesuksesan jangka panjang melalui **model operasional yang siap menghadapi masa depan**. Pada Maret 2025, Henkel mengumumkan bahwa pihaknya akan mengevaluasi kemungkinan mendirikan entitas hukum terpisah di Jerman dan negara-negara terpilih untuk dua unit bisnisnya, *Adhesive Technologies* (HAT) dan *Consumer Brands* (HCB). Langkah ini juga terkait dengan persiapan migrasi ke SAP S/4HANA. Dewan Manajemen telah mendiskusikan dan menyetujui proposal tersebut secara mendalam dengan badan pengawas terkait. Oleh karena itu, langkah pertama yang direncanakan adalah mendirikan entitas hukum terpisah untuk kedua unit bisnis yang ada di Jerman. Dengan langkah ini, Henkel bertujuan untuk membuat proses dan strukturnya lebih lincah, serta lebih mampu mendukung kebutuhan bisnis di masa depan dan agenda pertumbuhan Grup Henkel dengan lebih baik. Pengelolaan strategis dan operasional Grup serta unit-unit bisnisnya akan tetap tidak berubah. Proposal ini akan diajukan ke Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan 2026 untuk mendapat persetujuan.

Di Henkel, **budaya perusahaan** yang kuat menjadi landasan bagi agenda pertumbuhan yang bertujuan. Budaya ini ditandai oleh kolaborasi berbasis kepercayaan di seluruh unit bisnis, lintas batas negara, dan tim, serta pemberdayaan karyawan untuk mengambil tanggung jawab dan secara aktif membentuk hasil. Budaya semacam ini harus terus dipupuk. Untuk mendapatkan wawasan tentang bagaimana karyawan memandang hal ini, Henkel telah melakukan apa yang disebut sebagai *"pulse checks"* selama beberapa tahun terakhir – sekali sebulan dengan 5.000 karyawan yang dipilih secara acak. Survei anonim ini memberikan wawasan berharga mengenai

topik-topik seperti kolaborasi, akuntabilitas, inovasi, keragaman, dan keselarasan dengan strategi jangka panjang Henkel. Hasil dari tahun 2025 menunjukkan bahwa Henkel telah mencapai kemajuan signifikan di bidang-bidang tersebut. Hal ini menegaskan bahwa beragam inisiatif dan langkah yang diterapkan selama beberapa tahun terakhir telah memberikan dampak dan bahwa budaya perusahaan terus diperkuat.

Henkel merayakan 150 tahun sejarah yang sukses

"Tahun 2025 merupakan tahun yang sukses, di mana kami sekali lagi berhasil mengatasi tantangan besar sekaligus mencetak kemajuan signifikan. Kami telah mencapai sebagian besar target keuangan kami. Kami secara konsisten menerapkan agenda pertumbuhan yang terarah di seluruh dimensi strategis dan berhasil menyelesaikan integrasi bisnis barang konsumsi kami. Kami berada di jalur yang tepat, dan transformasi perusahaan kami menunjukkan hasil yang nyata," kata Carsten Knobel.

"Kami kini menatap tahun 2026 yang penuh antusiasme, di mana kami merayakan ulang tahun ke-150 kami. Tentu saja, kami bangga dengan warisan kami – namun bagi kami, ini bukanlah alasan untuk berhenti. Sebaliknya, ini adalah sumber motivasi untuk perjalanan ke depan. Kami siap menghadapi masa depan. Dulu maupun sekarang, kami akan mengandalkan semangat para pionir kami dalam mengembangkan produk dan solusi yang visioner bagi generasi mendatang. Hal ini sepenuhnya sejalan dengan tujuan kami: Pionir sejati demi kebaikan generasi-generasi mendatang," lanjut Carsten Knobel.

Tentang Henkel

Dengan merek, inovasi, dan teknologinya, Henkel memegang posisi terdepan di pasar global dalam bisnis industri dan konsumen. Unit bisnis *Adhesive Technologies* merupakan pemimpin global di pasar perekat, sealant, dan pelapis. Melalui divisi *Consumer Brands*, perusahaan ini memegang posisi terdepan terutama di bidang perawatan pakaian & rumah tangga serta perawatan rambut di banyak pasar dan kategori di seluruh dunia. Tiga merek terkuat perusahaan ini adalah Loctite, Persil, dan Schwarzkopf. Pada tahun fiskal 2025, Henkel melaporkan penjualan sekitar 20,5 miliar euro dan laba operasional yang disesuaikan sekitar 3,0 miliar euro. Saham preferen Henkel terdaftar di indeks saham Jerman DAX. Keberlanjutan memiliki tradisi panjang di Henkel, dan perusahaan ini memiliki strategi keberlanjutan yang jelas dengan target-target spesifik. Henkel didirikan pada tahun 1876 dan saat ini mempekerjakan tim yang beragam sebanyak sekitar 47.000 orang di seluruh dunia – yang disatukan oleh budaya korporat yang kuat, nilai-nilai bersama, dan tujuan bersama: "*Pioneers at heart for the good of generations.*" Informasi lebih lanjut di www.henkel.com

Dokumen ini berisi pernyataan yang mengacu pada perkembangan bisnis di masa depan, kinerja keuangan, serta peristiwa atau perkembangan lain yang relevan bagi Henkel di masa depan, yang mungkin merupakan pernyataan berwawasan ke depan. Pernyataan mengenai masa depan ditandai dengan penggunaan kata-kata seperti mengharapkan, bermaksud, merencanakan, mengantisipasi, meyakini, memperkirakan, dan istilah serupa. Pernyataan tersebut didasarkan pada perkiraan dan asumsi terkini yang dibuat oleh manajemen perusahaan Henkel AG & Co. KGaA. Pernyataan ini tidak boleh dipahami sebagai jaminan bahwa harapan tersebut akan terbukti akurat. Kinerja dan hasil masa depan yang sebenarnya dicapai oleh Henkel AG & Co. KGaA dan perusahaan afiliasinya bergantung pada sejumlah risiko dan ketidakpastian, dan oleh karena itu dapat berbeda secara material (baik positif maupun negatif) dari pernyataan prospektif. Banyak faktor ini di luar kendali Henkel dan tidak dapat diperkirakan secara akurat sebelumnya, seperti lingkungan ekonomi masa depan dan tindakan pesaing serta pihak lain yang terlibat di pasar. Henkel tidak berencana atau berkewajiban untuk memperbarui pernyataan prospektif. Dokumen ini mencakup indikator keuangan tambahan yang tidak didefinisikan secara 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, posisi keuangan, atau hasil Henkel. Indikator keuangan tambahan ini tidak boleh dipandang secara terpisah atau sebagai pengganti ukuran aset bersih, posisi keuangan, atau hasil operasi Henkel sebagaimana disajikan sesuai dengan kerangka pelaporan keuangan yang berlaku dalam Laporan Keuangan Konsolidasi perusahaan. Perusahaan lain yang melaporkan atau menjelaskan ukuran kinerja alternatif dengan judul serupa mungkin menghitungnya dengan cara yang berbeda. Dokumen ini diterbitkan semata-mata untuk tujuan informasi dan tidak dimaksudkan sebagai saran investasi atau penawaran untuk menjual, atau ajakan untuk membeli, sekuritas apa pun.

Contact

Cheerio Chan

+65 8799 3216

cheerio.chan@henkel.com