

Siaran Pers

6 Agustus 2026

Henkel mendorong agenda pertumbuhannya: investasi dalam merek, inovasi, dan M&A

Henkel mencatatkan kinerja penjualan dan pendapatan yang kuat di semester pertama serta menaikkan pertumbuhan penjualan untuk tahun 2026

- **Penjualan Grup pada semester pertama dengan pertumbuhan organik yang kuat sebesar 3,2 persen, mencapai 10,3 miliar euro**
- **Pertumbuhan yang kuat didukung oleh dinamika harga dan volume positif di seluruh unit bisnis**
- **Laba operasional (EBIT)* meningkat menjadi 1.620 juta euro (+0,3 persen)**
- **Margin EBIT* yang kuat sebesar 15,7 persen (+ 10 basis poin), didukung oleh kedua unit bisnis - menunjukkan kekuatan bisnisnya**
- **Pendapatan per saham preferen (EPS)* meningkat menjadi 2,86 euro, naik 7,1 persen pada nilai tukar konstan**
- **Keberhasilan pelaksanaan strategi pertumbuhan M&A pada semester pertama tahun ini, dengan kontribusi penjualan dan pendapatan positif pertama pada tahun 2026**
- **Prospek untuk tahun fiskal 2026: Target pertumbuhan penjualan dinaikkan untuk tingkat Grup dan Adhesive Technologies**
 - **Pertumbuhan penjualan organik: 1,5 hingga 3,5 persen (sebelumnya: 1,0 hingga 3,0 persen)**
 - **Laba atas penjualan yang disesuaikan: 14,5 hingga 16,0 persen**
 - **Laba per saham preferen (EPS) yang disesuaikan: peningkatan dalam kisaran persentase satu digit rendah hingga tinggi (pada nilai tukar konstan)**

Düsseldorf - Henkel mencatatkan pertumbuhan penjualan organik yang kuat dan kinerja pendapatan yang sangat baik pada semester pertama tahun 2026 meskipun lingkungan ekonomi yang terus penuh tantangan. "Pertumbuhan penjualan organik sekali lagi didorong oleh kedua unit bisnis, yang masing-masing mencapai perkembangan harga dan volume yang

positif. Di Adhesive Technologies, peningkatan penjualan dan pendapatan juga didukung oleh pelaksanaan inisiatif penentuan harga yang konsisten dan cepat untuk mengimbangi tekanan harga bahan baku," kata CEO Henkel Carsten Knobel. "Pada divisi Consumer Brands, lini bisnis Hair melanjutkan tren pertumbuhan yang sangat pesat sementara lini bisnis Laundry Care kembali mencatatkan pertumbuhan positif."

"Kami secara konsisten menjalankan strategi kami dengan fokus yang jelas pada pertumbuhan yang terarah, dan hasil kami menunjukkan keberhasilan pendekatan ini. Pada semester pertama tahun ini, kami mencatatkan kinerja bisnis yang sangat pesat secara keseluruhan sekaligus terus berinvestasi secara signifikan pada masa depan kami, termasuk merek, teknologi, dan inovasi kami. Selain itu, kami juga secara signifikan mempercepat aktivitas M&A kami dan telah menyepakati lima akuisisi dengan total nilai sekitar 5 miliar euro yang akan secara substansial memperkuat dua unit bisnis kami, di mana empat di antaranya sudah dirampungkan. Dalam beberapa tahun mendatang, bisnis yang diakuisisi diharapkan akan menghasilkan pertumbuhan di atas rata-rata dalam kisaran persentase digit menengah hingga tinggi dan berkontribusi sekitar 2 miliar euro dalam tambahan penjualan tahunan. Hal ini menandai langkah penting lainnya dalam memajukan agenda pertumbuhan kami secara berkelanjutan," lanjut Carsten Knobel.

"Berdasarkan kinerja kami yang kuat di semester pertama tahun ini, kami telah meningkatkan target pertumbuhan penjualan kami baik untuk tingkat Grup maupun unit bisnis Adhesive Technologies. Di tingkat Grup, saat ini kami memperkirakan pertumbuhan penjualan organik antara 1,5 dan 3,5 persen, dari sebelumnya yaitu dari 1 hingga 3 persen. Untuk Adhesive Technologies, kami telah meningkatkan target pertumbuhan penjualan organik dari 1 hingga 3 persen menjadi 2 hingga 4 persen. Dengan demikian, kami terus melihat Henkel berada di jalur yang benar dalam mencatatkan pertumbuhan yang berkelanjutan dan menguntungkan."

Kinerja penjualan dan pendapatan Grup pada semester pertama tahun 2026

Henkel mencatat **penjualan Grup** sebesar 10.348 juta euro pada semester pertama tahun 2026, setara dengan perkembangan nominal sebesar -0,5 persen (Q2: 5.396 juta euro, +4,6 persen). Efek valuta asing mengurangi penjualan sebesar -3,9 persen (Q2: -2,6 persen). Akuisisi dan divestasi memiliki dampak sedikit positif pada penjualan sebesar 0,2 persen (Q2: +2,5 persen). Sementara divestasi bisnis merek peritel di Amerika Utara pada April 2025 mengalami dampak negatif, akuisisi yang selesai di kedua unit bisnis pada paruh pertama tahun 2026 - terutama ATP Adhesive Systems dan Not Your Mother's - memberikan kontribusi positif. Dalam istilah organik, yaitu disesuaikan untuk efek valuta asing dan akuisisi/divestasi, Henkel mencatat pertumbuhan penjualan yang kuat sebesar 3,2 persen (Q2: +4,7 persen).

* Setelah disesuaikan dengan beban dan pemasukan tidak berulang, serta untuk pengeluaran restrukturisasi.

Unit bisnis **Adhesive Technologies** mencatatkan pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat sebesar 4,5 persen (Q2: +7,4 persen), pada semester pertama tahun 2026, terutama didorong oleh lini bisnis Mobility & Electronics. Unit bisnis **Consumer Brands** juga melaporkan perkembangan positif, dengan pertumbuhan penjualan organik yang baik sebesar 1,7 persen (Q2: +1,6 persen), terutama didorong oleh peningkatan yang sangat kuat di lini bisnis Hair.

Wilayah **Eropa** mencatat perkembangan penjualan organik negatif sebesar -1,5 persen (Q2: +0,4 persen). Sebaliknya, **Amerika Utara** mencapai pertumbuhan organik yang baik sebesar 2,4 persen (Q2: +3,9 persen). Di kawasan **IMEA** dan **Asia Pasifik**, Henkel mencapai pertumbuhan penjualan organik dua digit masing-masing sebesar 14,9 persen (Q2: +17,4 persen) dan 10,3 persen (Q2: +10,3 persen). Sebaliknya, wilayah **Amerika Latin** mencatat perkembangan penjualan organik yang sedikit negatif sebesar -1,3 persen (Q2: +0,5 persen).

Laba operasional yang disesuaikan (EBIT yang disesuaikan) mencapai 1.620 juta euro, sedikit di atas angka tahun sebelumnya sebesar 1.614 juta euro.

Laba atas penjualan yang disesuaikan (margin EBIT yang disesuaikan) dari Henkel Group juga meningkat menjadi 15,7 persen (tahun sebelumnya: 15,5 persen).

Penyesuaian laba per saham preferen naik 1,8 persen menjadi 2,86 euro (tahun sebelumnya: 2,81 euro). Pada nilai tukar konstan, laba yang disesuaikan per saham preferen meningkat sebesar 7,1 persen.

Rasio **Modal kerja bersih** terhadap penjualan kuartal kedua baik dari 6,0 persen menjadi 7,0 persen dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya, yang salah satunya dipicu oleh akuisisi.

Arus kas bebas meningkat menjadi 612 juta euro (semester pertama 2025: 485 juta euro), terutama karena arus kas yang lebih tinggi dari aktivitas operasional.

Posisi keuangan bersih berada pada -1.855 juta euro per 30 Juni 2026 (31 Desember 2025: 109 juta euro), yang utamanya dipengaruhi arus kas yang keluar terkait penyelesaian akuisisi dan program pembelian kembali saham.

Kinerja unit bisnis pada semester pertama tahun fiskal 2026

Penjualan di unit bisnis **Adhesive Technologies** meningkat 2,2 persen secara nominal menjadi 5.534 juta euro pada semester pertama tahun 2026 (Q2: 2.908 juta euro, +7,6 persen). Secara **organik**, Adhesive Technologies mencapai pertumbuhan penjualan yang sangat kuat sebesar

4,5 persen (Q2: +7,4 persen). Pertumbuhan ini dipicu oleh perkembangan harga dan volume yang positif.

Di seluruh lini bisnis, pertumbuhan penjualan organik di unit bisnis Adhesive Technologies pada semester pertama tahun ini utamanya dipicu oleh peningkatan penjualan organik yang signifikan sebesar 7,8 persen di area bisnis **Mobility & Electronics** (Q2: +8,8 persen). Pertumbuhan ini didukung oleh pertumbuhan penjualan organik dua digit dalam bisnis Electronic dan peningkatan penjualan organik yang signifikan dalam bisnis Industry. Sebaliknya, bisnis Automotive secara keseluruhan menurun pada paruh pertama tahun ini, tetapi menunjukkan peningkatan pada kuartal kedua dengan pertumbuhan penjualan organik yang baik. Area bisnis **Packaging & Consumer Goods** mencapai pertumbuhan penjualan organik yang sangat pesat sebesar 4,7 persen, yang dipicu kuatnya pertumbuhan bisnis Packaging dan peningkatan penjualan organik yang sangat kuat dalam bisnis Consumer Goods (Q2: +9,1 persen). Perkembangan ini juga didukung oleh aksi pembelian di awal oleh pelanggan sebagai respons terhadap ketidakpastian geopolitik. Lini bisnis **Craftsmen, Construction & Professional** mencatat pertumbuhan penjualan organik sebesar 1,0 persen (Q2: +4,4 persen). Pertumbuhan ini utamanya dipicu oleh peningkatan penjualan organik yang pesat dalam bisnis General Manufacturing & Maintenance, sementara bisnis Consumer & Construction mencatat perkembangan penjualan organik yang sedikit negatif.

Tingkat **laba operasional yang disesuaikan** berada di atas tahun sebelumnya sebesar 982 juta euro, meskipun ada efek valuta asing negatif. **Laba atas penjualan yang disesuaikan** meningkat menjadi 17,7 persen, dibandingkan dengan 17,2 persen pada periode tahun sebelumnya. Di sini, efisiensi biaya dihasilkan berkat peningkatan volume penjualan dan bauran produk turut memberikan dampak positif.

Unit bisnis **Consumer Brands** menghasilkan **penjualan** sebesar 4.733 juta euro pada paruh pertama tahun 2026, mewakili penurunan nominal sebesar -3,5 persen dibandingkan periode tahun sebelumnya (Q2: 2.448 juta euro, +1,1 persen). Secara **organik**, penjualan meningkat 1,7 persen (Q2: +1,6 persen), dengan unit bisnis mencatat perkembangan harga dan volume yang positif dibandingkan dengan paruh pertama tahun 2025.

Pada paruh pertama tahun ini, lini bisnis **Laundry & Home Care** mencatat perkembangan penjualan organik positif sebesar 0,7 persen (Q2: +1,3 persen). Bisnis Laundry Care mencapai pertumbuhan penjualan organik yang positif, didorong oleh peningkatan penjualan yang signifikan di kategori Fabric Care dan pertumbuhan positif di kategori Fabric Finisher. Sebaliknya, kategori Fabric Cleaning mencatatkan sedikit penurunan. Bisnis Home Care mencatat pertumbuhan penjualan organik yang baik, terutama didorong oleh peningkatan dua

digit dalam kategori Hand Dishwashing. Lini bisnis **Hair** mencapai pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat sebesar 4,2 persen (Q2: +3,3 persen) dan oleh karena itu merupakan pendorong utama pertumbuhan di unit bisnis Consumer Brands. Kinerja positif ini didukung oleh bisnis Consumer, yang mencatat pertumbuhan penjualan organik yang kuat, dan bisnis Professional, yang mencatatkan peningkatan yang sangat pesat. Dalam bisnis Consumer, semua kategori berkontribusi terhadap pertumbuhan, dengan lini Hair Colorants dan Hair Styling sebagai kontributor terbanyak. Sebaliknya, lini bisnis **Other Consumer Businesses** mencatat perkembangan penjualan organik negatif sebesar -2,1 persen (Q2: -4,6 persen) pada semester pertama tahun ini, terutama karena perkembangan dalam bisnis Body Care di kawasan Eropa. Namun, wilayah Amerika Utara mencatat pertumbuhan penjualan organik yang baik.

Laba operasional yang disesuaikan sebesar 724 juta euro dan oleh karena itu sedikit di bawah level tahun sebelumnya, terutama karena divestasi bisnis merek peritel di Amerika Utara pada April 2025 dan efek valuta asing negatif. Sebaliknya, **laba atas penjualan yang disesuaikan** tetap tidak berubah pada 15,3 persen dibandingkan dengan periode tahun sebelumnya.

Keberhasilan pelaksanaan Strategi Pertumbuhan M&A pada semester pertama tahun ini

Pada paruh pertama tahun 2026, Henkel juga membuat kemajuan signifikan dalam melaksanakan strategi pertumbuhan M&A, yang merupakan bagian integral dari **strategi pertumbuhan** keseluruhan perusahaan, di kedua unit bisnis. Pada akuisisi yang baru-baru ini diumumkan, Henkel berinvestasi total 5 miliar euro dan memperluas bisnisnya dengan penjualan tahunan gabungan sekitar 1,6 miliar euro. Hingga saat ini, Henkel telah berhasil menyelesaikan empat dari lima transaksi: Wetherby Laroc dan ATP Adhesive Systems di unit bisnis Adhesive Technologies, serta Not Your Mother's, dan yang terbaru, OLAPLEX di unit bisnis Consumer Brands. Akuisisi Stahl Group dalam bisnis perekat diperkirakan akan dirampungkan pada paruh kedua tahun fiskal 2026.

Dengan akuisisi merek perawatan rambut premium **OLAPLEX**, yang berkontribusi sekitar 370 juta euro dalam penjualan tahunan, Henkel semakin memperkuat kehadiran globalnya di segmen perawatan rambut premium dan kini menjadi pemain nomor dua global dalam bisnis rambut profesional. Pasar perawatan rambut premium sangat menarik, dengan perkiraan laju pertumbuhan tahunan sebesar sekitar 5 persen dalam beberapa tahun ke depan. OLAPLEX adalah merek perawatan rambut premium yang sudah mapan dengan portofolio produk berbasis sains dan berkinerja tinggi. Dengan menyelesaikan transaksi ini, selanjutnya Henkel akan lebih memperkuat kehadiran globalnya dalam lini Hair Care, yang merupakan kategori inti dalam bisnis Consumer Brands. Henkel yakin dapat menumbuhkan bisnis secara signifikan dengan memanfaatkan peluang penjualan silang serta memperkuat saluran ritel khusus dan

salon rambut sebagai saluran distribusi. Selain itu, akuisisi ini menawarkan peluang inovasi dan teknologi yang menarik.

Melalui akuisisi **ATP Adhesive Systems**, yang membukukan penjualan tahunan sekitar 270 juta euro, Henkel memperluas portofolionya di luar teknologi cairan dan membangun platform pertumbuhan baru untuk pita perekat khusus berbasis air berkinerja tinggi, yang merupakan pasar yang sangat menarik dengan laju pertumbuhan tahunannya diperkirakan sekitar 7 persen. Pita perekat khusus berbasis air menarik pangsa pasar sebagai alternatif yang lebih berkelanjutan untuk solusi berbasis pelarut. Produk ini dapat mengurangi emisi senyawa organik volatil (VOC) hingga 90 persen dan mengurangi jejak karbon hingga 60 persen. Sebagai contoh, pita perekat khusus ATP digunakan di industri otomotif untuk sistem bantuan pengemudi tingkat lanjut. Akuisisi ini juga memperkuat kemampuan inovasi Henkel, menciptakan peluang penjualan silang yang menarik, dan semakin meningkatkan posisi Henkel di pasar untuk solusi perekat berkelanjutan.

Henkel berharap akuisisi terkini akan memberikan kontribusi positif pertama terhadap penjualan dan pendapatan pada tahun fiskal saat ini. Pada tahun 2026, bisnis yang diakuisisi diperkirakan akan berkontribusi sekitar 700 juta euro dalam hal penjualan.¹ Ke depannya, kelima akuisisi ini diharapkan berkontribusi terhadap pertumbuhan penjualan di atas rata-rata dalam kisaran persentase digit menengah hingga tinggi, dengan penjualan gabungan diproyeksikan meningkat menjadi sekitar 2 miliar euro pada tahun 2030. Dari perspektif pendapatan, Henkel memperkirakan akuisisi ini akan berkontribusi setidaknya 10 persen terhadap pendapatan yang disesuaikan per saham preferen pada tahun 2030.

Prospek untuk tahun fiskal 2026: Target pertumbuhan penjualan dinaikkan untuk tingkat Grup dan Adhesive Technologies

Berdasarkan kinerja yang kuat pada semester pertama tahun ini, Henkel telah meningkatkan target pertumbuhan penjualan untuk Grup dan unit bisnis Adhesive Technologies, sementara perkiraan untuk margin EBIT yang disesuaikan dan pertumbuhan EPS yang disesuaikan pada nilai tukar konstan tetap tidak berubah.

Untuk tahun ini, Henkel kini memperkirakan **pertumbuhan penjualan organik** antara 1,5 dan 3,5 persen (sebelumnya: 1,0 dan 3,0 persen). Untuk unit bisnis Adhesive Technologies, pertumbuhan penjualan organik kini diperkirakan antara 2,0 dan 4,0 persen (sebelumnya: 1,0 hingga 3,0 persen). Untuk Consumer Brands, Henkel terus mengantisipasi peningkatan penjualan organik sebesar 0,5 hingga 2,5 persen.

¹ Termasuk akuisisi Stahl Group, yang belum dirampungkan.

Laba atas penjualan yang disesuaikan (margin EBIT yang disesuaikan) diperkirakan berada dalam kisaran 14,5 hingga 16,0 persen. Laba atas penjualan yang disesuaikan diperkirakan antara 16,5 dan 18,0 persen untuk Adhesive Technologies serta antara 14,0 dan 15,5 persen untuk Consumer Brands.

Laba per saham preferen (EPS) yang disesuaikan pada nilai tukar konstan diperkirakan akan meningkat dalam kisaran persentase satu digit rendah hingga tinggi.

"Kinerja bisnis yang sangat kuat pada paruh pertama tahun 2026, ditandai dengan pertumbuhan penjualan organik yang kuat dan peningkatan lebih lanjut pada margin dan pendapatan, menunjukkan bahwa transformasi Henkel telah membuahkan hasil. Kami akan terus mendorong transformasi ini untuk lebih memperkuat daya saing jangka panjang kami dan memosisikan perusahaan demi keberhasilan di masa mendatang. Kami tengah bertransformasi demi kesuksesan Henkel di masa mendatang, dan dengan strategi yang terarah, kini kami berada di jalur yang benar dalam mencapai pertumbuhan yang lebih menguntungkan," kata Carsten Knobel.

Tentang Henkel

Berkat merek, inovasi, dan teknologinya, Henkel memegang posisi pasar terkemuka di seluruh dunia dalam bisnis industri dan konsumen. Unit bisnis Teknologi Perekat adalah pemimpin global di pasar perekat, sealant, dan pelapis. Berkat Merek Konsumen, perusahaan memegang posisi terdepan terutama di bidang perawatan pakaian & rumah serta rambut di banyak pasar dan kategori di seluruh dunia. Tiga merek terkuat perusahaan adalah Loctite, Persil, dan Schwarzkopf. Pada tahun fiskal 2025, Henkel melaporkan penjualan lebih dari 20,5 miliar euro dan menyesuaikan laba operasional sekitar 3,0 miliar euro. Saham preferen Henkel terdaftar di indeks saham Jerman DAX. Sejak dulu Henkel memegang teguh tradisi keberlanjutan, dan perusahaan memiliki strategi keberlanjutan yang jelas dengan target spesifik. Henkel didirikan pada tahun 1876 dan saat ini mempekerjakan tim yang beragam dengan sekitar 50.000 orang di seluruh dunia - disatukan oleh budaya perusahaan yang kuat, nilai-nilai bersama, dan tujuan bersama: "Menjadi pelopor demi kebaikan lintas generasi." Informasi selengkapnya di www.henkel.com

Dokumen ini berisi pernyataan yang merujuk pada perkembangan bisnis, kinerja keuangan, dan peristiwa atau perkembangan lain yang relevan bagi Henkel di masa mendatang yang mungkin merupakan pernyataan prospektif. Proyeksi yang terkait dengan masa depan ditandai dengan penggunaan kata-kata seperti mengharapkan, bermaksud, merencanakan, mengantisipasi, percaya, memperkirakan, dan istilah serupa. Pernyataan tersebut didasarkan pada estimasi dan asumsi saat ini yang dibuat oleh manajemen perusahaan Henkel AG & Co. KGaA. Pernyataan ini tidak untuk dipahami, dengan cara apa pun, sebagai jaminan bahwa perkiraan tersebut akan akurat. Performa dan hasil di masa mendatang yang sebenarnya dicapai oleh Henkel AG & Co. KGaA dan perusahaan afiliasinya bergantung pada sejumlah risiko serta ketidakpastian dan oleh karena itu dapat berbeda secara signifikan dari proyeksi yang disampaikan. Banyak dari faktor ini berada di luar kendali Henkel dan tidak dapat diperkirakan secara akurat sebelumnya, misalnya lingkungan ekonomi masa depan dan tindakan para pesaing serta pihak lain yang terlibat di pasar. Henkel tidak berencana atau berkewajiban akan memperbarui pernyataan prospektif tersebut.

Dokumen ini mencakup indikator keuangan tambahan yang tidak didefinisikan dengan jelas dalam kerangka kerja pelaporan keuangan yang berlaku dan yang merupakan atau mungkin merupakan pengukuran kinerja alternatif. Indikator keuangan tambahan ini tidak boleh dilihat secara terpisah atau sebagai alternatif untuk ukuran aset bersih dan posisi keuangan Henkel atau hasil operasi sebagaimana yang disajikan sesuai dengan kerangka pelaporan keuangan yang berlaku dalam Laporan Keuangan Konsolidasi. Perusahaan lain yang melaporkan atau menguraikan ukuran performa alternatif dengan judul serupa mungkin menghitungnya secara berbeda.

Dokumen ini diterbitkan untuk keperluan informasi saja dan tidak dimaksudkan sebagai nasihat investasi atau tawaran untuk menjual, atau ajakan untuk membeli, sekuritas.

Kontak

Cheerio Chan

+65 8799 3216

cheerio.chan@henkel.com