LAPORAN TRIWULANAN Q3 2026

JULI - SEPTEMBER

Hasil yang kuat pada kuartal ketiga dan prospek yang diperbarui menegaskan keberhasilan strategi pertumbuhan kami

Henkel mencatatkan pertumbuhan penjualan yang sangat kuat pada kuartal ketiga

- **Penjualan grup meningkat sebesar 11,0 persen menjadi 5,7 miliar euro, naik +6,5 persen secara organik**
- **Adhesive Technologies: pertumbuhan penjualan organik yang signifikan sebesar 7,9 persen**
  dengan perkembangan harga yang kuat dan perkembangan volume yang positif
- **Consumer Brands: pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat sebesar 4,8 persen**
  dengan perkembangan harga dan volume yang sangat positif
- **Pertumbuhan penjualan organik didorong oleh semua kawasan**
- **Kelima akuisisi yang diumumkan pada tahun 2026 berhasil diselesaikan:**
  - Ekspansi ke dua bisnis yang berdekatan di Adhesive Technologies
  - Penguatan area bisnis Hair di unit bisnis Consumer Brands
- **Prospek untuk tahun fiskal 2026 diperbarui:**
  - Pertumbuhan penjualan organik: 3,0 hingga 4,0 persen (sebelumnya: 1,5 hingga 3,5 persen)
  - Laba atas penjualan yang disesuaikan: sekitar 15 persen (sebelumnya: 14,5 hingga 16,0 persen)
  - Laba per saham preferen (EPS) yang disesuaikan: peningkatan dalam kisaran persentase satu digit menengah berdasarkan nilai tukar konstan (sebelumnya: peningkatan dalam kisaran persentase satu digit rendah hingga tinggi berdasarkan nilai tukar konstan)

Düsseldorf, 10 November 2026 – Terlepas dari kondisi pasar yang masih penuh tantangan, Henkel mencatatkan pertumbuhan penjualan yang sangat kuat pada **kuartal ketiga tahun 2026**, menghasilkan **penjualan Grup** sekitar 5,7 miliar euro. Hal ini mencerminkan tingkat pertumbuhan penjualan organik sebesar 6,5 persen. Pertumbuhan ini didorong oleh perkembangan harga dan volume yang positif di kedua unit bisnis. Henkel telah menerbitkan angka sementara untuk kuartal ketiga dan prospek tahun penuh yang diperbarui pada akhir Oktober, dengan menaikkan ekspektasi penjualannya dan mempersempit panduan laba.

“Pertumbuhan penjualan organik kami meningkat secara signifikan pada kuartal ketiga, didorong oleh kinerja yang sangat kuat di kedua unit bisnis. Sangat menggembirakan bahwa kami terus melihat perkembangan harga dan volume yang positif, dengan volume meningkat untuk kuartal kelima berturut-turut. "Keberhasilan kinerja bisnis pada kuartal ketiga menegaskan kekuatan bisnis kami dan pelaksanaan agenda pertumbuhan kami yang konsisten," ujar Carsten Knobel, CEO Henkel.

“Pada saat yang sama, kami terus mendorong pengembangan strategis portofolio kami dengan fokus yang jelas dan konsisten. Kelima akuisisi yang diumumkan sepanjang tahun ini kini telah berhasil diselesaikan. Dengan akuisisi terbaru kami, kami memperkuat bisnis inti kami, melakukan ekspansi ke area bisnis baru yang menarik, dan menciptakan peluang pertumbuhan tambahan untuk kedua unit bisnis: Di unit bisnis Adhesive Technologies, kami telah memperluas portofolio kami dengan pita perekat khusus berbasis air yang berkinerja tinggi serta pelapis khusus untuk bahan fleksibel. Di unit bisnis Consumer Brands, kami telah memperkuat area bisnis Hair global kami baik di segmen Konsumen maupun Profesional.

Akuisisi-akuisisi terbaru kami secara keseluruhan menghasilkan penjualan sekitar 1,6 miliar euro. Dalam beberapa tahun mendatang, kami memperkirakan akuisisi tersebut akan mencatatkan pertumbuhan di atas rata-rata dalam kisaran persentase satu digit menengah hingga tinggi dan mencapai penjualan tahunan sekitar 2 miliar euro pada tahun 2030. Hal ini akan semakin memperkuat agenda pertumbuhan kami," lanjut Carsten Knobel.

Dengan prospek tahun 2026 yang diperbarui, kami menegaskan kembali ambisi kami untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan menguntungkan. Kami sekarang memperkirakan pertumbuhan penjualan organik yang lebih kuat, sekaligus mempersempit panduan pendapatan kami untuk mencerminkan kenaikan biaya bahan baku yang lebih tinggi, terutama di unit bisnis Adhesive Technologies.”

Unit bisnis **Adhesive Technologies** menghasilkan pertumbuhan penjualan organik yang signifikan pada kuartal ketiga, yang didukung oleh semua area bisnis. Di unit bisnis **Consumer Brands**, pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat didorong oleh area bisnis Laundry & Home Care dan Hair.

Kinerja penjualan Grup

Penjualan grup mencatatkan **pertumbuhan nominal dua digit pada kuartal ketiga tahun 2026**, meningkat sebesar 11,0 persen menjadi 5.713 juta euro. Dampak dari akuisisi/divestasi meningkatkan penjualan sebesar 4,4 persen. Valuta asing memiliki dampak yang netral terhadap penjualan. **Secara organik** (yaitu disesuaikan untuk valuta asing dan akuisisi/divestasi), penjualan naik sebesar 6,5 persen. Pertumbuhan ini didorong oleh perkembangan harga dan volume yang positif di tingkat Grup.

Selama **sembilan bulan pertama tahun 2026**, **penjualan** mencapai total 16.061 juta euro. Ini setara dengan kenaikan **nominal** sebesar 3,3 persen. **Secara organik**, Henkel menghasilkan pertumbuhan penjualan yang sangat kuat sebesar 4,3 persen, yang juga didorong oleh perkembangan harga dan volume yang positif.

Semua kawasan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat yang dicapai pada **kuartal ketiga**. Kawasan **IMEA** dan **Asia-Pasifik** masing-masing mencatatkan pertumbuhan penjualan organik dua digit dan signifikan. Kawasan **Eropa, Amerika Utara** dan **Amerika Latin** juga mencatatkan pertumbuhan penjualan organik dibandingkan kuartal tahun sebelumnya.

Hampir semua kawasan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan penjualan organik Henkel yang sangat kuat pada **sembilan bulan pertama tahun 2026**. Kawasan **IMEA** dan **Asia-Pasifik** mengalami pertumbuhan penjualan organik terkuat. Sebaliknya, **Eropa** mengalami sedikit penurunan pertumbuhan penjualan organik secara keseluruhan dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya.

Kinerja penjualan Adhesive Technologies

Pada **kuartal ketiga tahun 2026**, unit bisnis Adhesive Technologies menghasilkan **penjualan** sebesar 3.027 juta euro. Hal ini mencerminkan kenaikan nominal sebesar 11,8 persen dibandingkan dengan kuartal tahun sebelumnya. **Secara organik** (yaitu disesuaikan untuk valuta asing dan akuisisi/divestasi), penjualan naik sebesar 7,9 persen. Pertumbuhan ini terutama didorong oleh perkembangan harga yang kuat seiring dengan perkembangan volume yang positif. Dampak valuta asing meningkatkan penjualan sebesar 1,1 persen. Akuisisi/divestasi juga memberikan dampak positif sebesar 2,7 persen.

Pada **sembilan bulan pertama tahun 2026**, unit bisnis Adhesive Technologies mencatatkan pertumbuhan penjualan **nominal** sebesar 5,4 persen menjadi 8.561 juta euro. Secara **organik**, Adhesive Technologies mencapai pertumbuhan penjualan yang sangat kuat sebesar 5,7 persen.

Pertumbuhan penjualan organik yang signifikan dari unit bisnis Adhesive Technologies pada kuartal ketiga terutama didorong oleh area bisnis Mobility & Electronics dan Packaging & Consumer Goods. Area bisnis **Mobility & Electronics** mencatatkan pertumbuhan penjualan organik dua digit sebesar 12,1 persen. Bisnis Electronics dan Industrial keduanya mencatatkan tingkat pertumbuhan dua digit. Meskipun kondisi pasar masih lesu, penjualan di bisnis Automotive berkembang sangat kuat secara keseluruhan. Area bisnis **Packaging & Consumer Goods** mencatatkan pertumbuhan penjualan organik yang signifikan sebesar 9,8 persen, yang didukung oleh kedua bisnis tersebut. Area bisnis **Craftsmen, Construction & Professional** mencapai pertumbuhan penjualan organik sebesar 2,1 persen dengan kontribusi kuat dari bisnis General Manufacturing & Maintenance. Bisnis Consumer & Construction mencatatkan pertumbuhan penjualan positif secara keseluruhan.

Dari perspektif regional, unit bisnis Adhesive Technologies mencatatkan pertumbuhan penjualan organik yang kuat di **Eropa** pada kuartal ketiga, yang didorong oleh pertumbuhan penjualan organik dua digit di area bisnis Mobility & Electronics dan pertumbuhan penjualan yang sangat kuat di area bisnis Packaging & Consumer Goods. **Amerika Utara** menghasilkan pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat, dengan kontribusi dari semua area bisnis. Di kawasan **IMEA**, Adhesive Technologies mencapai pertumbuhan penjualan organik dua digit, dengan ketiga area bisnis memberikan kontribusi tingkat pertumbuhan dua digit. Kawasan **Amerika Latin** mencatatkan pertumbuhan penjualan organik yang kuat, yang didorong oleh area bisnis Mobility & Electronics serta Packaging & Consumer Goods. Kawasan **Asia-Pasifik** mencatatkan pertumbuhan penjualan organik dua digit, terutama disebabkan oleh peningkatan dua digit pada bisnis Electronics dan Industrial.

Kinerja penjualan Consumer Brands

Penjualan di unit bisnis Consumer Brands meningkat **secara nominal** secara year-on-year sebesar 10,1 persen pada **kuartal ketiga tahun 2026**, mencapai 2.643 juta euro. Secara **organik** (yaitu disesuaikan untuk valuta asing dan akuisisi/penjualan aset), unit bisnis ini mencapai pertumbuhan penjualan yang sangat kuat sebesar 4,8 persen. Pertumbuhan ini dipicu oleh perkembangan harga dan volume yang positif. Dampak valuta asing mengurangi penjualan sebesar -1,2 persen. Akuisisi/divestasi – terutama akuisisi terbaru OLAPLEX dan "Not your Mother's" – memberikan kontribusi positif terhadap penjualan sebesar 6,4 persen.

Pada **sembilan bulan pertama tahun 2026**, **penjualan** yang dihasilkan oleh unit bisnis Consumer Brands mencapai 7.376 juta euro, sebuah kenaikan **nominal** sebesar 0,9 persen dibandingkan kuartal tahun sebelumnya. Secara **organik** , penjualan mencatatkan pertumbuhan yang baik sebesar 2,8 persen, yang didorong oleh perkembangan harga dan volume yang positif.

Pada kuartal ketiga, area bisnis **Laundry & Home Care** menghasilkan pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat sebesar 6,0 persen, dengan bisnis Laundry Care mencatatkan kinerja penjualan yang sangat kuat secara keseluruhan, yang terutama didorong oleh pertumbuhan yang kuat dalam kategori Fabric Cleaning dan pertumbuhan penjualan yang signifikan dalam kategori Fabric Care. Bisnis Home Care bahkan mencatatkan pertumbuhan penjualan organik dua digit, terutama berkat kategori Hand Dishwashing.

Area bisnis **Hair** mencapai pertumbuhan penjualan organik yang kuat sebesar 4,0 persen. Bisnis Consumer menghasilkan pertumbuhan penjualan organik yang kuat, yang didukung terutama oleh kategori Care and Color. Bisnis Professional mencapai pertumbuhan penjualan yang sangat kuat.

Area bisnis **Other Consumer Businesses** mencatatkan penurunan penjualan organik sebesar -1,2 persen, yang terutama disebabkan oleh bisnis Body Care di Eropa.

Dari perspektif regional, unit bisnis Consumer Brands mencatatkan pertumbuhan penjualan organik yang positif di kawasan **Europe** pada kuartal ketiga, dengan area bisnis Laundry & Home Care serta Hair menghasilkan pertumbuhan penjualan organik yang baik. Kawasan **Amerika Utara** juga menghasilkan pertumbuhan penjualan organik yang positif, terutama berkat area bisnis Hair. Kawasan **IMEA** menghasilkan pertumbuhan penjualan organik dua digit, yang didorong oleh tingkat pertumbuhan dua digit di area bisnis Laundry & Home Care serta Hair. Kawasan **Amerika Latin** mencatatkan pertumbuhan penjualan organik yang sangat kuat, terutama didorong oleh area bisnis Laundry & Home Care. Sebaliknya, kawasan **Asia-Pasifik** mengalami sedikit penurunan dibandingkan tahun sebelumnya. Meskipun area bisnis Hair mencapai pertumbuhan penjualan organik yang positif, kinerja area bisnis Laundry & Home Care berada di bawah tingkat tahun sebelumnya.

Aset bersih dan posisi keuangan Grup

Tidak terjadi perubahan substansial pada aset bersih dan posisi keuangan Grup selama periode yang ditinjau dibandingkan dengan situasi pada tanggal 30 Juni 2026.

Prospek Grup Henkel

Berdasarkan kinerja bisnis yang kuat pada kuartal ketiga dan asumsi untuk sisa tahun, Henkel memperbarui panduan pengembangan penjualan dan laba untuk tahun fiskal 2026 pada 29 Oktober 2026.

Untuk tahun berjalan, Henkel memperkirakan **pertumbuhan penjualan organik** antara 3,0 hingga 4,0 persen untuk Grup (sebelumnya: 1,5 hingga 3,5 persen). Untuk unit bisnis Adhesive Technologies, pertumbuhan penjualan organik diperkirakan dalam kisaran 4,5 hingga 5,5 persen (sebelumnya: 2,0 hingga 4,0 persen). Untuk unit bisnis Consumer Brands, diantisipasi adanya peningkatan sebesar 1,5 hingga 2,5 persen (sebelumnya: 0,5 hingga 2,5 persen).

Laba atas penjualan yang disesuaikan (margin EBIT yang disesuaikan) pada tingkat Grup diperkirakan sekitar 15 persen (sebelumnya: 14,5 hingga 16,0 persen). Untuk Adhesive Technologies, laba atas penjualan yang disesuaikan diperkirakan sekitar 16,5 persen (sebelumnya: 16,5 hingga 18,0 persen) dan untuk Consumer Brands sekitar 15 persen (sebelumnya: 14,0 hingga 15,5 persen).

Untuk **laba per saham preferen yang disesuaikan** (EPS), diperkirakan ada peningkatan dalam kisaran persentase satu digit menengah berdasarkan nilai tukar konstan (sebelumnya: peningkatan dalam kisaran persentase satu digit rendah hingga tinggi berdasarkan nilai tukar konstan).

Selain itu, kami memiliki ekspektasi berikut untuk tahun 2026:

- **Akuisisi/divestasi:** dampak positif dalam kisaran persentase satu digit rendah
- **Konversi penjualan dalam mata uang asing**: dampak negatif dalam kisaran persentase satu digit rendah
- **Harga untuk bahan langsung**: peningkatan sekitar 10 persen dibandingkan dengan rata-rata tahun sebelumnya[1] (sebelumnya: peningkatan dalam kisaran persentase satu digit tinggi dibandingkan dengan rata-rata tahun sebelumnya[1])
- **Biaya restrukturisasi**: 200 hingga 250 juta euro (sebelumnya: 150 hingga 200 juta euro)
- **Arus kas keluar dari investasi properti, pabrik, dan peralatan serta aset tidak berwujud:** 650 hingga 750 juta euro

[1] Perkembangan harga kotor, yakni sebelum mitigasi

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