

Beiersdorf startet gut in das Geschäftsjahr 2019

- Umsatzwachstum im Konzern von 6,0 %
- Consumer steigert Umsatz um 6,8 %
- tesa erzielt Umsatzplus von 2,2 %
- Strategieprogramm C.A.R.E.+ zur Sicherung nachhaltig profitablen Wachstums gestartet
- Prognose für 2019 bestätigt

Hamburg, 30. April 2019 – Die Beiersdorf AG hat im ersten Quartal eine gute Entwicklung erzielt. Das Unternehmen steigerte den Konzernumsatz in den ersten drei Monaten organisch um 6,0%. Nominal lag er mit 1.947 Mio. € um 7,8% über dem Vorjahresniveau von 1.807 Mio. €.

„Beiersdorf ist im ersten Quartal ein guter Start ins Jahr 2019 gelungen, das gilt für beide Unternehmensbereiche Consumer und tesa. Consumer hat ein über der Marktentwicklung liegendes, breit abgestütztes Umsatzplus erreicht und tesa konnte in einem teilweise schwierigen Umfeld weiter wachsen. Lokale Verbraucher- und Markttrends zu erkennen und darauf individuell zu reagieren, hat dazu beitragen, dass wir in allen Regionen ein Umsatzwachstum verzeichnen konnten. Um unser überdurchschnittliches Wachstum und unsere Marktdurchdringung trotz der Umbrüche des Gesamtmarktes nachhaltig steigern zu können, steht nun die Implementierung unserer Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ im Fokus. Mit der Umsetzung der strategischen Prioritäten haben wir daher unverzüglich und mit höchstem Engagement begonnen. Vor diesem Hintergrund blicken wir trotz anhaltender konjunktureller Risiken mit Optimismus in die Zukunft und bestätigen unsere Prognose für 2019“, sagte Stefan De Loecker, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG.

Umsatzentwicklung Konzern

(IN MIO. €)	01.01. – 31.03.2018	01.01. – 31.03.2019	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	952	994	4,4	4,4
Amerika	297	321	8,3	2,6
Afrika/Asien/Australien	558	632	13,2	10,5
Gesamt	1.807	1.947	7,8	6,0

Der Konzernumsatz lag in den ersten drei Monaten organisch um 6,0% über dem Vorjahr. Das Wachstum wurde durch die Entwicklung der Wechselkurse um 1,3 Prozentpunkte erhöht. Akquisitionen im Unternehmensbereich tesa beeinflussten die Entwicklung positiv um zusätzliche 0,5 Prozentpunkte. Nominal lag der Konzernumsatz mit 1.947 Mio. € um 7,8% über dem Vorjahr (1.807 Mio. €).

Umsatzentwicklung Consumer

(IN MIO. €)			Entwicklung (in %)	
	01.01. – 31.03.2018	01.01. – 31.03.2019	nominal	organisch
	Europa	765	804	5,1
Westeuropa	614	655	6,7	6,2
Osteuropa	151	149	-1,7	1,3
Amerika	247	266	7,5	4,4
Nordamerika	110	123	11,8	3,7
Lateinamerika	137	143	4,0	5,0
Afrika/Asien/Australien	466	528	13,3	10,6
Gesamt	1.478	1.598	8,1	6,8

Der Unternehmensbereich **Consumer** erreichte in den ersten drei Monaten ein organisches Umsatzplus von 6,8%. Das Wachstum wurde durch positive Wechselkurseffekte um 1,3 Prozentpunkte erhöht. Nominal betrug der Umsatz 1.598 Mio. € und lag somit um 8,1% über dem Vorjahreswert (1.478 Mio. €).

NIVEA erzielte ein starkes Wachstum von 4,9%, während der Bereich **Derma** mit den Marken Eucerin und Aquaphor ein Umsatzplus von 4,7% erreichte. Auch der Bereich **Healthcare**, der im Wesentlichen das Pflastergeschäft abbildet, entwickelte sich mit einem Wachstum von 7,0% sehr positiv. Die Marke **La Prairie** konnte die sehr gute Entwicklung des letzten Jahres noch steigern und erzielte ein Umsatzwachstum von 28,7%.

Europa

In der Region **Europa** stieg der Umsatz organisch um 5,3%. Nominal lag er mit 804 Mio. € um 5,1% über dem Vorjahreswert (765 Mio. €).

In **Westeuropa** lag der Umsatz um 6,2% über dem Vorjahr, beeinflusst durch die sehr gute Entwicklung des Travel-Retail-Geschäfts bei La Prairie sowie die Geschäftsentwicklung in Deutschland und Österreich. Die Umsätze in Italien und Spanien hingegen blieben unter Vorjahr. In **Osteuropa** wurde nach einem starken Vorjahresquartal und vor dem Hintergrund eines herausfordernden Einzelhandels Umfelds in Polen ein Wachstum von 1,3% erzielt.

Amerika

Der Umsatz in der Region **Amerika** lag organisch um 4,4% über dem Vorjahreswert. Nominal betrug der Umsatz 266 Mio. € und lag somit um 7,5% über dem Vorjahr (247 Mio. €).

In **Nordamerika** wurde ein Umsatzwachstum von 3,7% erreicht. In **Lateinamerika** stieg der Umsatz um starke 5,0%, besonders getrieben durch die sehr guten Entwicklungen in Brasilien und Mexiko. Der Umsatz in Argentinien blieb aufgrund des schwierigen Marktumfeldes und negativen Wechselkurseffekten deutlich unter Vorjahr.

Afrika/Asien/Australien

Die Region **Afrika/Asien/Australien** wuchs kräftig um 10,6%. Nominal stieg der Umsatz um 13,3% auf 528 Mio. € (Vorjahr: 466 Mio. €). Vor allem in Japan, Australien, Indien, Indonesien, der Türkei und Südafrika konnte ein sehr starkes Ergebnis erreicht werden. La Prairie trug erneut deutlich zur positiven Entwicklung in der Region bei. In China entwickelte sich das Skin Care Segment positiv, während der Bereich Hair Care unter Vorjahresniveau blieb.

Umsatzentwicklung tesa

(IN MIO. €)	Entwicklung (in %)			
	01.01. – 31.03.2018	01.01. – 31.03.2019	nominal	organisch
Europa	187	190	1,7	0,9
Amerika	49	55	12,1	-6,4
Afrika/Asien/Australien	93	104	12,7	9,6
Gesamt	329	349	6,3	2,2

tesa konnte im ersten Quartal leichte Umsatzzuwächse gegenüber einem guten Vorjahresquartal verzeichnen. Organisch steigerte tesa seinen Umsatz um 2,2 %. Umsätze der im Verlauf von 2018 akquirierten Unternehmen (+2,9 Prozentpunkte) sowie Wechselkurseffekte (+1,2 Prozentpunkte) erhöhten den Umsatz um 4,1 Prozentpunkte. Nominal erhöhte sich damit der Umsatz um 6,3 % auf 349 Mio. € (Vorjahr: 329 Mio. €).

tesa erzielte sowohl im Segment **Direct Industries**, dem direkten Geschäft mit Industriekunden, als auch im Segment **Trade Markets**, zu dem das Endverbrauchergeschäft gehört, Umsatzzuwächse. In einem unsicheren Marktumfeld zeigte insbesondere der Bereich Automotive eine negative Umsatzentwicklung. Dies ist auch der wesentliche Grund für die rückläufige Entwicklung in Amerika. In Asien ist der Umsatz im Elektronikgeschäft im Vergleich zu einem guten Vorjahresquartal auch in diesem Quartal gestiegen.

Vermögens- und Finanzlage Konzern

In den ersten drei Monaten ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns im Vergleich zum 31. Dezember 2018.

Strategie C.A.R.E.+ erfolgreich gestartet

Beiersdorf hat im Berichtsquartal die Ende Februar kommunizierte neue Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ erfolgreich gestartet. Hierdurch leitet Beiersdorf eine mehrjährige Investitionsoffensive ein, bei der jährlich 70-80 Mio. € zusätzlich in Internationalisierung, Innovationen, Digitalisierung sowie Mitarbeiterqualifizierung investiert werden.

Ausblick 2019

Vor dem Hintergrund der erwarteten gesamtwirtschaftlichen Entwicklung geht Beiersdorf für das Geschäftsjahr 2019 im Unternehmensbereich **Consumer** von einem über der Marktentwicklung liegenden Umsatzwachstum von 3-5 % aus. Bedingt durch die Investitionen für C.A.R.E.+ rechnet Beiersdorf für 2019 mit einer operativen EBIT-Marge von 14,0-14,5 % im Unternehmensbereich Consumer.

Im Unternehmensbereich **tesa** wird ein Umsatzwachstum von 3-4 % erwartet. Die operative EBIT-Umsatzrendite wird voraussichtlich leicht unter dem Vorjahreswert liegen.

Auf Basis der Prognose der beiden Geschäftssegmente ergibt sich für den **Konzern** ein erwartetes Umsatzwachstum von etwa 3-5 %. Die operative EBIT-Umsatzrendite des Konzerns wird bei etwa 14,5 % liegen.

Die Umsatzentwicklung basiert auf organischem Wachstum, die operative EBIT-Umsatzrendite auf dem laufenden Geschäft.



Eucerin

la prairie
SWITZERLAND

Hansaplast

tesa

Über die Beiersdorf AG

Die Beiersdorf AG ist ein führender Anbieter innovativer und hochwertiger Hautpflegeprodukte und verfügt über mehr als 135 Jahre Erfahrung in diesem Marktsegment. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg beschäftigt weltweit rund 20.000 Mitarbeiter und ist im deutschen Leitindex für Aktien, dem DAX, gelistet. Im Geschäftsjahr 2018 erzielte Beiersdorf einen Umsatz von über 7,2 Mrd. €. Das Beiersdorf Produktportfolio zeichnet sich durch starke, international führende Haut- und Körperpflegemarken aus, zu denen u. a. NIVEA – die weltweit größte Hautpflegemarke* – Eucerin, Hansaplast und La Prairie gehören. Mit ihren innovativen und hochwertigen Produkten überzeugen sie Tag für Tag Millionen von Menschen weltweit. Weitere namhafte Marken wie Labello, Aquaphor, Florena, 8x4, Hidrofugal, arix, SLEK und Maestro ergänzen das umfangreiche Portfolio. Die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE, ein ebenfalls weltweit führender Hersteller in ihrer Branche, versorgt Industrie, Gewerbe und Verbraucher mit selbstklebenden Produkt- und Systemlösungen.

* Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2017.

Kontakt

Corporate Communications
Inken Hollmann-Peters
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com

Investor Relations
Dr. Jens Geißler
Tel.: +49 40 4909-5000
E-Mail: investor.relations@beiersdorf.com