

Pressemitteilung

Positiver Start in das Jahr: Beiersdorf bestätigt Jahresprognose

- Konzern: Umsatzwachstum auf 2,7 Mrd. € (organisch +3,6 %)
- Unternehmensbereich Consumer: Umsatz erreicht 2,3 Mrd. € (organisch +2,3 %) gegenüber starkem Vorjahreswert
- Wachstum bei NIVEA +2,5 %, Derma +11,4 %, Healthcare +10,8 %; La Prairie -17,5 %
- Unternehmensbereich tesa: Starkes Umsatzwachstum auf 441 Mio. € (organisch +10,7 %)
- Prognose für 2025 bestätigt: Organisches Umsatzwachstum von 4-6 % für Konzern und Unternehmensbereich Consumer erwartet

Hamburg, 15. April 2025 – Nach hervorragenden Ergebnissen im Jahr 2024 setzte Beiersdorf sein Wachstum fort und startete positiv in das neue Geschäftsjahr. Der Konzern erreichte im ersten Quartal 2025 einen Umsatz von 2,7 Mrd. €. Das entspricht einem organischen Wachstum von 3,6 %. Der Geschäftsbereich Consumer erwirtschaftete einen Umsatz von 2,3 Mrd. € und wuchs organisch um 2,3 %. Dies ist vor allem auf das erfolgreiche Derma-Geschäft zurückzuführen. Der Geschäftsbereich tesa verzeichnete ein organisches Umsatzwachstum von 10,7 % gegenüber Vorjahr und erzielte einen Umsatz von 441 Mio. €.

Vincent Warnery, CEO von Beiersdorf, sagt: „In einem dynamischen Marktumfeld hat sich Beiersdorf im ersten Quartal 2025 gemäß unseren Erwartungen positiv entwickelt – dank unserer Innovationskraft und der Erschließung neuer Märkte. Zudem richten wir das Geschäft in China neu aus, um die Grundlage für zukünftiges Wachstum zu sichern. Ohne die Auswirkungen unserer proaktiven Maßnahmen in diesem wichtigen Markt, lag das Quartalsergebnis im Unternehmensbereich Consumer innerhalb unserer Jahresprognose. Unser tesa-Geschäft profitierte von einem starken Ergebnis im Elektronikbereich und gegenüber einem schwachen Vorjahresquartal. Mit Blick auf den weiteren Jahresverlauf bestätigen wir unsere Prognose für 2025 und setzen weiter auf nachhaltiges Wachstum.“

Consumer: Innovation treibt Derma-Wachstum

Im ersten Quartal 2025 legte die Kernmarke **NIVEA** organisch um 2,5 % zu. Diese Entwicklung wurde vor allem von zwei Faktoren beeinflusst: eine starke Vergleichsbasis im ersten Quartal 2024 mit einem Wachstum von 12,6 % und eine strategische Neuausrichtung in China mit dem Schwerpunkt auf Premiumprodukte, Hautpflege und E-Commerce. Gleichzeitig erzielte NIVEA in Nordamerika ein hervorragendes zweistelliges Umsatzwachstum. Weltweit verzeichnete NIVEA in der Kategorie Gesichtspflege eine starke Entwicklung.

Die Derma-Marken **Eucerin** und **Aquaphor** erzielten ein organisches Umsatzwachstum vom 11,4 %. Ein wesentlicher Treiber dieses Ergebnisses war das zweistellige Umsatzwachstum in den Emerging Markets, das von der Einführung der wegweisenden Innovation Epicelline® in über 15 Ländern dieser Region profitierte. Außerdem kann das Wachstum auf die weitere Erschließung neuer Märkte (sogenannter „White Spaces“) zurückgeführt werden. Das Derma-Geschäft erwirtschaftete in Nordamerika erneut ein zweistelliges Wachstum. Nur ein Jahr nach der erfolgreichen Markteinführung von Eucerin Face in den USA kamen dort fünf neue Thiamidol-basierte Produkte von Eucerin ins Regal.

Die Luxusmarke **La Prairie** verzeichnete im Vergleich zu einem höheren Vorjahreswert von Januar bis März einen Umsatzrückgang von 17,5 %. Durch ein schwieriges Marktumfeld in China sah La Prairie sich mit anhaltendem Gegenwind im Travel-Retail-Geschäft konfrontiert. Beiersdorf reagierte im Verlauf des Quartals mit einer erheblichen Reduzierung der Lagerbestände, insbesondere in Hainan.

Das E-Commerce-Geschäft hingegen, einer der Fokusbereiche von Beiersdorf, erzielte in den ersten drei Monaten des Jahres positive Ergebnisse und erreichte in China ein hohes zweistelliges Wachstum von +24 %. Die Entwicklung von **Chantecaille** beschleunigte sich erwartungsgemäß mit einem bemerkenswerten organischen Umsatzwachstum von +15,9 %. Treiber waren die fortlaufende Einführung der Marke auf dem chinesischen Festland sowie die erfolgreiche Expansion in Asien.

Der Bereich Healthcare, der hauptsächlich das Pflastergeschäft von **Hansaplast** und **Elastoplast** umfasst, erzielte ein organisches Umsatzwachstum von 10,8 %. Das Anfang des Jahres eingeführte „Zweite Haut Schutz“-Pflaster - eine wegweisende Innovation - konnte bereits wesentlich zur positiven Geschäftsentwicklung beitragen.

tesa auf gutem Weg

Wie erwartet, erzielte der Unternehmensbereich tesa ein bemerkenswertes, zweistelliges Wachstum von 10,7 %, das hauptsächlich durch die starke Entwicklung im Elektronikgeschäft getrieben war. Das Ergebnis wurde beeinflusst von der niedrigen Vergleichsbasis des Vorjahreszeitraums sowie von den Auswirkungen der Produktionsverlagerung in der Elektronikindustrie von China nach Indien. Gleichzeitig steht, insbesondere in Europa, der Automobil-Markt aktuell unter Druck.

Prognose für 2025 bestätigt

Die Ergebnisse des ersten Quartals entsprechen vollständig den Erwartungen von Beiersdorf. Allerdings bleibt es schwer abschätzbar, wie die aktuellen globalen Unsicherheiten das Vertrauen der Verbraucher*innen und die Geschäftsentwicklung beeinflussen - besonders auf kurze Sicht. Beiersdorf beobachtet die Situation genau, um diesen Herausforderungen strategisch zu begegnen und so weiter nachhaltig zu wachsen.

Für den Unternehmensbereich Consumer behält Beiersdorf seine Erwartung beim Umsatzwachstum von 4-6 % für das Jahr 2025 bei. Das Unternehmen bestätigt die Prognose für die EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) im Unternehmensbereich Consumer von 50 Basispunkten über Vorjahresniveau.

Für den Unternehmensbereich tesa unterstreicht Beiersdorf seine Prognose für ein organisches Umsatzwachstum von 1-3 %. Ob das obere oder untere Ende dieses Bereiches erreicht wird, hängt im Wesentlichen von der Entwicklung des Automobil-Sektors ab. Die EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) soll erwartungsgemäß bei etwa 16 % liegen.

Insgesamt geht Beiersdorf für 2025 von einem konzernweiten organischen Umsatzwachstum von 4-6 % aus. Die Prognose für die EBIT-Umsatzrendite des Konzerns (ohne Sondereffekte) wird leicht über Vorjahresniveau erwartet.

Umsatzzahlen Q1 2025 auf einen Blick

Konzernumsatz

(in Mio. €)

	1. Jan. - 31. Mär. 2024	1. Jan. - 31. Mär. 2025	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	1.176	1.198	1,8	1,3
Amerika	685	684	-0,1	3,5
Afrika/Asien/Australien	743	809	9,0	7,4
Summe	2.604	2.691	3,3	3,6

Umsatz Consumer

(in Mio. €)

	1. Jan. - 31. Mär. 2024	1. Jan. - 31. Mär. 2025	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	972	995	2,3	1,7
Westeuropa	768	788	2,6	2,1
Osteuropa	204	207	0,9	0,3
Amerika	615	614	-0,2	3,7
Nordamerika	279	294	5,2	3,0
Lateinamerika	336	320	-4,7	4,3
Afrika/Asien/Australien	620	641	3,5	1,9
Summe	2.207	2.250	1,9	2,3

Umsatz tesa

(in Mio. €)

	1. Jan. - 31. Mär. 2024	1. Jan. - 31. Mär. 2025	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	204	203	-0,7	-0,7
Amerika	70	70	0,9	2,0
Afrika/Asien/Australien	123	168	36,7	34,4
Summe	397	441	11,2	10,7

Umsatz Consumer-Marken

(in Mio. €)

	1. Jan. - 31. Mär. 2024	1. Jan. - 31. Mär. 2025	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
NIVEA (inkl. Labello)	1.462	1.482	1,3	2,5
Derma	393	443	12,5	11,4
Healthcare	76	83	9,6	10,8
La Prairie	158	132	-16,4	-17,5

Über Beiersdorf AG

Beiersdorf steht seit über 140 Jahren für innovative Hautpflege und wegweisende Hautforschung. Das Unternehmen mit Sitz in Hamburg beschäftigt weltweit mehr als 22.000 Mitarbeitende. Im Geschäftsjahr 2024 generierte Beiersdorf einen Umsatz von 9,9 Mrd. € und ein operatives Ergebnis (EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte) von 1,4 Mrd. €. Führende internationale Marken wie NIVEA – die weltweite Nummer 1 in der Hautpflege* –, Eucerin, La Prairie und Hansaplast werden von Millionen Menschen rund um den Globus jeden Tag geschätzt. Renommierte Marken wie Aquaphor, Coppertone und Chantecaille ergänzen das umfassende Portfolio im Unternehmensbereich Consumer. Über die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE ist Beiersdorf als einer der weltweit führenden Hersteller technischer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Endverbraucher*innen aktiv. Geleitet vom Purpose „Care Beyond Skin“ verfolgt Beiersdorf eine ambitionierte Nachhaltigkeitsagenda mit dem Ziel, bis 2045 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Ebenso setzt sich das Unternehmen für eine inklusive Gesellschaft ein.

Weitere Informationen finden Sie unter www.beiersdorf.de.

* Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2024.



[LinkedIn](#)

[Instagram](#)

[YouTube](#)

Kontakt

Corporate Communications
Anke Schmidt
Tel.: +49 40 4909- 2001
E-mail: cc@beiersdorf.com

Investor Relations
Christopher Sheldon
Tel.: +49 40 4909-5000
E-mail: investor.relations@beiersdorf.com