

## Beiersdorf auf Kurs mit C.A.R.E.+ Strategie – Gutes Wachstum im Bereich Consumer

- Umsatz wächst im Konzern nominal um 6,0%, organisch um 4,3%
- Consumer erreicht nominales Umsatzplus von 6,6%, organisch 5,1%
- tesa steigert Umsatz nominal um 3,4% und organisch um 1,2%
- Konzernprognose für 2019 bestätigt

**Hamburg, 29. Oktober 2019** – Die Beiersdorf AG, Hamburg, hat in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres ihren Wachstumskurs fortgesetzt. Der Konzernumsatz stieg organisch um 4,3%. Nominal lag er mit 5.725 Mio. € um 6,0% über dem Vorjahreswert von 5.402 Mio. €.

„In Zeiten eines herausfordernden und wettbewerbsintensiven Marktumfeldes ist es wichtiger denn je, unser Geschäftsmodell an die neuen wirtschaftlichen und technologischen Bedingungen anzupassen. Die Ergebnisse der ersten neun Monate zeigen, dass wir mit der Neuausrichtung unserer Unternehmensstrategie und einer höheren Investitionsbereitschaft die Antwort auf die neue Marktdynamik haben. Wir konnten neue Wachstumsmärkte und Geschäftsfelder erschließen und unsere globale Position als Hautpflegeexperte weiter ausbauen. Mit der Akquisition von Coppertone und der Veräußerung unseres chinesischen Haarpflegegeschäfts SLEK, haben wir unser Portfolio gestärkt und signifikante Fortschritte gemacht. Obwohl es noch viel zu tun gibt und noch einige Herausforderungen vor uns liegen, sind wir mit C.A.R.E.+ auf dem richtigen Weg“, sagte Stefan De Loecker, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG.

## Umsatzentwicklung Konzern

(IN MIO. €)

	01.01. – 30.09.2018	01.01. – 30.09.2019	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	2.801	2.870	2,5	2,2
Amerika	912	988	8,3	4,2
Afrika/Asien/Australien	1.689	1.867	10,6	8,0
<b>Gesamt</b>	<b>5.402</b>	<b>5.725</b>	<b>6,0</b>	<b>4,3</b>

Der Konzernumsatz stieg im Berichtszeitraum organisch um 4,3%. Nominal lag der Konzernumsatz mit 5.725 Mio. € um 6,0% über dem Vorjahr (5.402 Mio. €), positiv beeinflusst durch die Entwicklung der Wechselkurse um 1,6 Prozentpunkte sowie durch M&A-Aktivitäten um weitere 0,1 Prozentpunkte.

## Umsatzentwicklung Consumer

(IN MIO. €)	01.01. – 30.09.2018	01.01. – 30.09.2019	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
<b>Europa</b>	<b>2.253</b>	<b>2.320</b>	<b>3,0</b>	<b>2,7</b>
Westeuropa	1.821	1.877	3,1	2,7
Osteuropa	432	443	2,5	2,6
<b>Amerika</b>	<b>754</b>	<b>816</b>	<b>8,3</b>	<b>5,3</b>
Nordamerika	316	343	8,6	2,1
Lateinamerika	438	473	8,0	7,6
<b>Afrika/Asien/Australien</b>	<b>1.388</b>	<b>1.547</b>	<b>11,5</b>	<b>8,8</b>
<b>Gesamt</b>	<b>4.395</b>	<b>4.683</b>	<b>6,6</b>	<b>5,1</b>

Der Unternehmensbereich **Consumer** erreichte im Berichtszeitraum ein organisches Umsatzplus von 5,1%. Positive Wechselkurseffekte erhöhten das Wachstum um 1,7 Prozentpunkte, strukturelle Effekte hingegen führten zu einer leichten Verringerung um 0,2 Prozentpunkte. Der zum September, nach Ende der Sonnenpflege-Saison, abgeschlossene Erwerb der Sonnenschutz-Marke Coppertone hatte zum Stichtag noch keinen materiellen Effekt auf die Umsatzentwicklung. Nominal stieg der Umsatz damit um 6,6% auf 4.683 Mio. € nach 4.395 Mio. € im Vorjahr.

### Marken

**NIVEA** steigerte seinen Umsatz um 3,0%. Der Bereich **Derma** mit den Marken Eucerin und Aquaphor schloss die ersten neun Monate mit einem Umsatzplus von 7,5% ab. Auch der Bereich **Healthcare**, der im Wesentlichen das Pflastergeschäft abbildet, erreichte ein über dem Markt liegendes Wachstum von 4,2%. **La Prairie** konnte die sehr gute Entwicklung des letzten Jahres fortsetzen und erreichte ein Wachstum von 22,7%.

### Europa

In der Region **Europa** stieg der Umsatz organisch um 2,7%. Nominal lag er mit 2.320 Mio. € um 3,0% über dem Vorjahreswert von 2.253 Mio. €. In **Westeuropa** wurde ein Umsatzplus von 2,7% erzielt, insbesondere beeinflusst durch die sehr gute Entwicklung des Travel-Retail-Geschäfts bei La Prairie sowie die positive Geschäftsentwicklung in Deutschland. Die Umsätze in Frankreich und Großbritannien blieben hingegen unter dem Vorjahresniveau. In **Osteuropa** wurde, gestützt durch die sehr guten Entwicklungen in der Ukraine und Kasachstan, ein Wachstum von 2,6% erreicht. In Polen wurde in einem schwierigen Einzelhandelsumfeld ein positives Wachstum erzielt.

### Amerika

Der Umsatz in der Region **Amerika** stieg gegenüber dem Vorjahr organisch um 5,3%. Nominal betrug der Umsatz 816 Mio. € und lag aufgrund positiver Wechselkurseffekte um 8,3% über dem Vorjahreswert von 754 Mio. €. In **Nordamerika** wurde ein Umsatzwachstum von 2,1% erreicht. In **Lateinamerika** stieg der Umsatz um starke 7,6%, 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** legte mit einem Umsatzplus von 8,8% kräftig zu. Nominal stieg der Umsatz sogar um 11,5% auf 1.547 Mio. € nach 1.388 Mio. € im Vorjahr. Vor allem Indien, Japan, Thailand, Malaysia, die Türkei und Südafrika konnten die starke Entwicklung fortsetzen. La Prairie trug erneut deutlich zur positiven Entwicklung in der Region bei. Die Entwicklung in China war im Wesentlichen bedingt durch das im August veräußerte Hair Care Geschäft (SLEK) negativ.

## Umsatzentwicklung tesa

(IN MIO. €)			Entwicklung (in %)	
	01.01. – 30.09.2018	01.01. – 30.09.2019	nominal	organisch
	Europa	548	550	0,3
Amerika	158	172	8,7	-0,8
Afrika/Asien/Australien	301	320	6,3	4,1
<b>Gesamt</b>	<b>1.007</b>	<b>1.042</b>	<b>3,4</b>	<b>1,2</b>

Angesichts schwieriger Marktbedingungen verzeichnete **tesa** nach neun Monaten einen soliden Umsatzzuwachs gegenüber einem starken Vorjahreszeitraum. Organisch steigerte tesa den Umsatz um 1,2%. Umsätze der im Verlauf von 2018 erworbenen Unternehmen (+1,1 Prozentpunkte) sowie Wechselkurseffekte (+1,1 Prozentpunkte) erhöhten den Umsatz um 2,2 Prozentpunkte. Nominal stieg der tesa Umsatz von 1.007 Mio. € um 3,4% auf 1.042 Mio. €.

tesa erzielte sowohl im Segment Direct Industries, dem direkten Geschäft mit Industriekunden, als auch im Segment Trade Markets, zu dem das Endverbrauchergeschäft gehört, einen Umsatzzuwachs. In einem unsicheren Marktumfeld zeigte insbesondere der Bereich Automotive eine negative Umsatzentwicklung. Dies ist der wesentliche Grund für die rückläufige Entwicklung in Amerika. Die Umsatzsteigerung in Asien basiert auf der guten Entwicklung im Elektronikgeschäft insbesondere in der ersten Jahreshälfte.

## Vermögens- und Finanzlage Konzern

Im Berichtszeitraum ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns im Vergleich zum 31. Dezember 2018.

## 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 4-5% aus. Bedingt durch die Investitionen für C.A.R.E.+ , rechnet Beiersdorf für 2019 mit einer operativen EBIT-Marge des laufenden Geschäfts von 14,0-14,5% im Unternehmensbereich Consumer.

Im Unternehmensbereich **tesa** wird ein Umsatzwachstum von 1-2% erwartet. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts 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 laufenden Geschäfts für den Konzern wird bei etwa 14,5% liegen.

Die Umsatzentwicklung basiert auf organischem Wachstum.

## 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 7,2 Mrd. Euro. 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, Maestro und Coppertone 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 2018.

## Kontakt

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

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