

Pressemitteilung

Beiersdorf verzeichnet starkes erstes Halbjahr 2022 - Prognose bestätigt

- Konzern: Umsatz steigt auf 4,5 Mrd. € (organisch +10,5%), EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte erreicht 15,9%
- Unternehmensbereich Consumer: Umsatz wächst auf 3,6 Mrd. € (organisch +11,7%)
- Positives organisches Umsatzwachstum bei allen Consumer-Marken im ersten Halbjahr: NIVEA +11,2%, Derma +26,6%, La Prairie +1,8%, Healthcare +14,9%
- Unternehmensbereich tesa: Umsatz erhöht sich auf 838 Mio. € (organisch +5,4%)
- Prognose für das Gesamtjahr bestätigt - Unsicherheit aufgrund globaler politischer und wirtschaftlicher Herausforderungen weiter hoch

Hamburg, 4. August 2022 - Die Beiersdorf AG hat in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2022 ihren Wachstumskurs trotz eines herausfordernden Marktumfeldes ungebremst fortgesetzt. Der Konzernumsatz stieg in der ersten Jahreshälfte auf 4,5 Mrd. € und wuchs organisch um 10,5% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres bei 15,9%. Die positiven Effekte auf die EBIT-Umsatzrendite durch den signifikanten Umsatzanstieg in allen Regionen wurden durch gestiegene Rohstoff- und Transportkosten gedämpft. Für das Gesamtjahr bestätigt Beiersdorf seine ambitionierten Ziele. Diese waren kürzlich auf dem Capital Markets Day präzisiert worden. Für den Konzern wird ein Umsatzwachstum am oberen Ende des mittleren einstelligen Bereichs und eine operative EBIT-Umsatzrendite auf Vorjahresniveau erwartet.

„2022 war für uns bisher ein erfolgreiches Jahr. In einem zunehmend herausfordernden Umfeld hat Beiersdorf die starke Wachstumsdynamik vom Jahresanfang auch im zweiten Quartal fortgesetzt und ein zweistelliges Umsatzwachstum auf Konzernebene erzielt. Darüber hinaus konnten wir auch unsere Profitabilität deutlich verbessern. Für das zweite Halbjahr erwarten wir zusätzlichen Gegenwind durch wirtschaftliche und politische Spannungen und bestätigen unsere Prognose für das Gesamtjahr“, sagte Vincent Warnery, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG.

Consumer: Positives Wachstum in allen Marken und Regionen

Der Unternehmensbereich Consumer erreichte im ersten Halbjahr einen Umsatz von 3,6 Mrd. € und wuchs organisch um 11,7% gegenüber dem Vorjahr. Bedingt durch Wechselkurseffekte und zusätzliche Umsätze aus der jüngsten Akquisition von Chantecaille, lag das nominale Umsatzwachstum bei 17,3%. Die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte erreichte im Unternehmensbereich Consumer 15,1%. Alle Regionen trugen zur positiven Geschäftsentwicklung bei. Besonders in Amerika konnte ein signifikantes Wachstum erzielt und das hohe Niveau aus den vergangenen Quartalen gehalten werden.

Der Umsatz von **NIVEA** erhöhte sich in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres organisch um 11,2%. Die Kernmarke erzielte dabei sowohl im ersten als auch im zweiten Quartal weltweit und über das gesamte Produkt-Portfolio hinweg, sowohl im Skin Care- als auch im Personal Care-Bereich, sehr gute Ergebnisse. Im Bereich Skin Care überzeugten die Kategorien Sonnenschutz, Lippen-, Gesichts- und Körperpflege. Bei Personal Care waren insbesondere Deodorants und Duschgels die Wachstumstreiber. Die erfreuliche Umsatzentwicklung wurde außerdem durch signifikante Marktanteilsgewinne in der Mehrheit der Kategorien gestützt. Das Wachstum im Online-Bereich übertraf dabei abermals das Wachstum im stationären Geschäft.

Die Derma-Marken **Eucerin** und **Aquaphor** führten ihre Erfolgsgeschichte mit einem starken organischen Umsatzplus von 26,6 % in nahezu allen Regionen fort. Die dermatologischen Hautpflegemarken verzeichneten besonders in wichtigen Kernmärkten wie USA und Deutschland, aber auch in Wachstumsmärkten wie Lateinamerika hohe Marktanteilsgewinne und Umsatzzuwächse. Die Produkte mit dem patentierten Wirkstoff Thiamidol gegen Hyperpigmentierung waren weiterhin ein maßgeblicher Wachstumstreiber. Die Derma-Marken wuchsen ebenfalls weiter stark im Online-Geschäft und bleiben damit die Marke mit dem höchsten Online-Anteil im Portfolio.

La Prairie verzeichnete im ersten Halbjahr einen organischen Umsatzanstieg von 1,8 %. Die Luxusmarke war durch erneute COVID-bedingte Einschränkungen und Lockdowns im Kernmarkt China besonders im zweiten Quartal zunächst negativ beeinflusst. Jedoch konnte La Prairie nach den ersten Lockerungen in China eine Erholung erzielen und seit Juni wieder sehr gute Wachstumsraten vorweisen. Das La Prairie-Geschäft in Nordamerika schloss mit starken, zweistelligen Wachstumsraten das erste Halbjahr erfolgreich ab.

Der Bereich **Healthcare**, der im Wesentlichen das Pflastergeschäft abbildet, feierte im ersten Halbjahr 2022 das 100-jährige Bestehen von Hansaplast. Anknüpfend an diese lange Erfolgsgeschichte, erwirtschafteten die Pflastermarken gegenüber dem Vorjahr einen organischen Anstieg des Umsatzes um 14,9% und konnten damit die starke Marktposition weiter ausbauen.

tesa: Wachstum trotz Einschränkungen

tesa erzielte im ersten Halbjahr einen organischen Umsatzzuwachs von 5,4 % im Vergleich zu einem starken Vorjahr. Die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte erreichte 19,1 %. Trotz der Lockdowns in China und der weiterhin bestehenden Verzögerungen in den globalen Lieferketten verzeichnete tesa Umsatzzuwächse in beiden Geschäftsbereichen. Nachdem der April stark von den Lockdowns in China beeinträchtigt worden war, erholte sich das Geschäft in China schnell und verzeichnete bereits im Juni wieder ein kräftiges Wachstum.

Insgesamt konnte der Bereich Industry und dabei insbesondere die Business Unit Electronics in Asien wieder signifikant zum Wachstum beitragen. Auch der industrielle Handel sowie Anwendungen für die Druckindustrie trugen im Industry-Bereich zur Umsatzsteigerung bei. Der Bereich Consumer, der im Wesentlichen das Geschäft mit Endverbraucher*innen abbildet, steigerte den Umsatz sowohl in Europa als auch in Lateinamerika.

Prognose für das Gesamtjahr unverändert

Aufgrund der gesamtwirtschaftlichen Volatilität und der damit einhergehenden außergewöhnlich hohen Unsicherheit, ist die Prognosefähigkeit weiterhin wesentlich beeinträchtigt.

Beiersdorf geht für das Geschäftsjahr 2022 im Unternehmensbereich **Consumer** von einem über der Marktentwicklung liegenden Umsatzwachstum am oberen Ende des mittleren einstelligen Bereichs aus. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte wird leicht über dem Vorjahresniveau erwartet.

tesa wird für 2022 weiterhin ein Umsatzwachstum im unteren bis mittleren einstelligen Bereich erwarten. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte wird deutlich unter Vorjahr liegen.

Auf Basis der Prognose der beiden Unternehmensbereiche ergibt sich für den **Konzern** ein erwartetes Umsatzwachstum am oberen Ende des mittleren einstelligen Bereichs. Die operative EBIT-Umsatzrendite des Konzerns wird auf Vorjahresniveau erwartet.

Die Kennzahlen H1 2022 im Überblick

		01.01. - 30.06.2021	01.01. - 30.06.2022
Umsatz Konzern	(in Mio. €)	3.874	4.476
Veränderung zum Vorjahr (organisch)	(in %)	16,2	10,5
Veränderung zum Vorjahr (nominal)	(in %)	12,3	15,5
Umsatz Consumer	(in Mio. €)	3.101	3.638
Veränderung zum Vorjahr (organisch)	(in %)	13,6	11,7
Veränderung zum Vorjahr (nominal)	(in %)	9,4	17,3
Umsatz tesa	(in Mio. €)	773	838
Veränderung zum Vorjahr (organisch)	(in %)	28,2	5,4
Veränderung zum Vorjahr (nominal)	(in %)	25,7	8,4
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	(in Mio. €)	595	710
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	(in Mio. €)	565	697
Ergebnis nach Steuer	(in Mio. €)	404	505
Umsatzrendite nach Steuer	(in %)	10,4	11,3
Ergebnis je Aktie	(in €)	1,74	2,18
Brutto-Cashflow	(in Mio. €)	562	669
Investitionen	(in Mio. €)	165	826
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	(in Mio. €)	134	147
Mitarbeitende	(Anzahl am 30.06.)	20.465	21.300

Die prozentualen Veränderungen beziehen sich auf Werte in Tsd. €

Weitere Informationen finden Sie im Halbjahresbericht unter www.beiersdorf.de.

Über die Beiersdorf AG

Beiersdorf steht seit 140 Jahren für innovative, hochwertige Haut- und Körperpflege sowie wegweisende Hautforschung. International führende Marken wie NIVEA – die weltweite Nummer 1 in der Hautpflege* –, Eucerin (Dermokosmetik), La Prairie (Selektivkosmetik) und Hansaplast (Pflaster- und Wundversorgung) überzeugen Tag für Tag Millionen Menschen auf der ganzen Welt. Namhafte Marken wie Aquaphor, Coppertone, Chantecaille, Labello, 8x4, arix, Hidrofugal, Maestro oder Florena ergänzen unser breites Portfolio im Unternehmensbereich Consumer. Über die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE ist Beiersdorf auch als einer der weltweit führenden Hersteller technischer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Endverbraucher*innen aktiv.

Das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg erzielte im Geschäftsjahr 2021 einen Umsatz von 7.627 Mio. Euro sowie ein betriebliches Ergebnis (EBIT) von 933 Mio. Euro. Beiersdorf beschäftigt weltweit über 20.000 Mitarbeiter*innen, die durch gemeinsame Werte, eine starke Unternehmenskultur und den Beiersdorf Purpose Care Beyond Skin verbunden sind. Mit der Strategie [C.A.R.E.+](#) verfolgt das Unternehmen ein mehrjähriges Investitionsprogramm, das auf wettbewerbsfähiges, nachhaltiges Wachstum zielt. Das Programm steht im Einklang mit der ambitionierten [Nachhaltigkeitsagenda](#), mit der Beiersdorf einen klaren Mehrwert für Verbraucher*innen, die Gesellschaft und die Umwelt schafft.

* Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2020.

Weitere Informationen finden Sie unter www.beiersdorf.de.

[Twitter](#)
[YouTube](#)
[LinkedIn](#)
[Xing](#)

Kontakt

Corporate Communications
Anke Schmidt
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