

# Pressemitteilung

## Beiersdorf setzt starkes, zweistelliges Wachstum im 3. Quartal fort

- Konzern: Umsatz steigt auf 6,7 Mrd. € (organisch +11,1%) in den ersten neun Monaten
- Unternehmensbereich Consumer: Umsatzwachstum auf 5,4 Mrd. € (organisch +11,7%)
- Organisches Wachstum bei allen Marken: NIVEA +10,8%, Derma +25,3%, La Prairie +5,5%, Healthcare +12,8%
- Unternehmensbereich tesa: Umsatzwachstum auf 1,3 Mrd. € (organisch +8,3%)
- Ausblick 2022 erhöht: Organisches Umsatzwachstum des Konzerns von 9 bis 10% erwartet

**Hamburg, 27. Oktober 2022** - Die Beiersdorf AG setzte auch im dritten Quartal 2022 ihre erfolgreiche Geschäftsentwicklung trotz eines herausfordernden Marktumfeldes fort. Der Konzernumsatz lag in den ersten neun Monaten des Jahres bei 6,7 Mrd. € und stieg damit organisch um 11,1%. Im Unternehmensbereich Consumer erhöhte sich der Umsatz organisch um 11,7% auf 5,4 Mrd. €. Alle Regionen und Marken trugen zum Wachstum bei. Der Unternehmensbereich tesa legte in den ersten neun Monaten deutlich zu und erzielte einen Umsatz von 1,3 Mrd. €. Organisch wuchs tesa damit um 8,3%.

Vincent Warnery, Vorstandsvorsitzender von Beiersdorf: „Im dritten Quartal haben wir die starke Wachstumsdynamik des ersten Halbjahres beibehalten und erzielten zweistellige Wachstumsraten auf breiter Basis. Unsere Maßnahmen, NIVEA zu einer noch globaleren und digitaleren Marke zu entwickeln, zahlen sich zunehmend aus. Unserer Markenkönigin ist es erstmals gelungen, in allen Kategorien und Regionen Marktanteile zu gewinnen. Für das Gesamtjahr heben wir unsere Umsatzprognose an, wobei wir uns der wirtschaftlichen Unsicherheiten im vierten Quartal bewusst sind.“

## Consumer: Kontinuierliches Wachstum bei allen Marken und Regionen

Die Kernmarke **NIVEA** wuchs in den ersten neun Monaten organisch um 10,8% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Hierzu trugen Personal Care und Skin Care gleichermaßen bei. Neben starken Kategorien wie Sonnenschutz oder Deodorant, hat NIVEA insbesondere auch im Bereich Gesichts- und Körperpflege überzeugt. NIVEA wuchs in allen Regionen, insbesondere in Wachstumsmärkten wie Lateinamerika oder Indien. Auch in China konnte die Markenkönigin ein gutes Wachstum erzielen, was im Einklang mit einer allgemeinen Erholung in Asien im dritten Quartal steht. Zudem ist es NIVEA erstmals gelungen, den Marktanteil in allen Regionen und in allen Kategorien auszubauen.

Die Derma-Marken **Eucerin** und **Aquaphor** legten mit einem organischen Umsatzplus von 25,3% kräftig zu und bauten zudem ihre Marktanteile weiter aus. Seit Jahresbeginn wachsen alle Regionen zweistellig. Damit liegt der Bereich Derma in den ersten neun Monaten deutlich über dem Marktwachstum. Ein kontinuierlich starkes Online-Geschäft sowie die sehr positive Entwicklung in Nord- und Lateinamerika sind starke Wachstumstreiber. Außerdem erschloss sich Eucerin mit dem Eintritt in den polnischen Markt einen der größten Märkte für Dermokosmetik in Osteuropa.

Die Luxusmarke **La Prairie** erreichte ein organisches Umsatzwachstum von 5,5% in den ersten neun Monaten. Dieses Wachstum wurde durch ein sehr gutes drittes Quartal gestützt, in dem sich La Prairie

nach den Einschränkungen durch Lockdowns im ersten Halbjahr erholte. Insbesondere das starke Geschäft in China und gutes Wachstum im Travel-Retail-Geschäft waren hierbei die wesentlichen Wachstumstreiber.

Im Bereich **Healthcare**, der mit Hansaplast und Elastoplast im Wesentlichen das Pflastergeschäft abbildet, erhöhten sich die Umsätze in den ersten neun Monaten des Jahres organisch um 12,8%. Zudem konnten die Pflastermarken ihre führende Marktposition weiter stärken und ausbauen. Alle Regionen trugen zum Wachstum bei.

## tesa: Industry-Bereich führt Wachstum an

**tesa** erzielte in den ersten neun Monaten ein organisches Umsatzwachstum von 8,3 % gegenüber einem bereits starken Vorjahr. Wechselkurs- und Struktureffekte wirkten sich positiv aus und erhöhten das Wachstum um 3,5 Prozentpunkte. Trotz weiterhin bestehenden Verzögerungen in den globalen Lieferketten konnte tesa in beiden Bereichen wachsen. Im Bereich Industry trugen das Electronics-Geschäft in Asien, der industrielle Handel sowie Anwendungen für die Druckindustrie zur Umsatzsteigerung bei. Außerdem zeigte tesa im dritten Quartal eine deutliche Erholung im Geschäft mit Automobilherstellern. Auch der Bereich Consumer, das tesa Geschäft mit den Endverbraucher\*innen, konnte seinen Umsatz steigern, sowohl in Europa als auch in Lateinamerika.

## Umsatzprognose für das Gesamtjahr für Consumer und tesa erhöht

Auf Basis der starken Ergebnisse des dritten Quartals und der bisher guten Geschäftsentwicklung im laufenden Geschäftsjahr 2022, erhöht Beiersdorf sowohl für den Unternehmensbereich Consumer als auch für tesa die Umsatzprognose für das Gesamtjahr. In Anbetracht der makroökonomischen und geopolitischen Herausforderungen sowie der anhaltenden Preisverhandlungen mit Händlern, ist die Geschäftsentwicklung mit einem gewissen Unsicherheitsfaktor verbunden, der sich in der nachfolgend angegebenen Schätzungsspanne widerspiegelt. Unter der Annahme anhaltend starker Märkte, wird der Umsatzanstieg am oberen Ende dieser Spannweite erwartet.

Im Unternehmensbereich **Consumer** geht Beiersdorf von einem organischen Umsatzwachstum von 9 bis 10 % aus. Beiersdorf sieht sich auf dem richtigen Weg bei der Preisgestaltung, forciert einen positiven Produktmix und treibt Initiativen für Effizienzen weiter voran. Daher bekräftigt der Konzern die Annahme einer leichten Steigerung der operativen EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte im Unternehmensbereich Consumer gegenüber dem Vorjahresniveau.

Auf Grund des signifikanten Umsatzanstieges im dritten Quartal, geht Beiersdorf für **tesa** von einem organischen Umsatzwachstum zwischen 7 bis 9 % für das Gesamtjahr 2022 aus. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte wird daher nur leicht unter Vorjahr liegen trotz der hohen Rohstoff- und Transportkosten.

Der **Konzern** geht 2022 von einem Umsatzwachstum von 9 bis 10 % aus. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte wird für den Konzern auf Vorjahresniveau erwartet.

## Die Umsatzzahlen 9M 2022 im Überblick

### Umsatzentwicklung Konzern

(IN MIO. €)

	01.01. - 30.09.2021	01.01. - 30.09.2022	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	2.788	2.993	7,4	6,6
Amerika	1.153	1.618	40,3	22,5
Afrika/Asien/Australien	1.818	2.119	16,5	10,6
<b>Gesamt</b>	<b>5.759</b>	<b>6.730</b>	<b>16,9</b>	<b>11,1</b>

### Umsatzentwicklung Consumer

(IN MIO. €)

	01.01. - 30.09.2021	01.01. - 30.09.2022	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
<b>Europa</b>	<b>2.205</b>	<b>2.389</b>	<b>8,4</b>	<b>6,4</b>
Westeuropa	1.787	1.935	8,3	6,8
Osteuropa	418	454	8,7	5,0
<b>Amerika</b>	<b>981</b>	<b>1.404</b>	<b>43,1</b>	<b>24,5</b>
Nordamerika	491	692	41,0	18,7
Lateinamerika	490	712	45,2	30,3
<b>Afrika/Asien/Australien</b>	<b>1.420</b>	<b>1.647</b>	<b>16,0</b>	<b>11,2</b>
<b>Gesamt</b>	<b>4.606</b>	<b>5.440</b>	<b>18,1</b>	<b>11,7</b>

### Umsatzentwicklung tesa

(IN MIO. €)

	01.01. - 30.09.2021	01.01. - 30.09.2022	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	583	604	3,7	7,2
Amerika	172	214	24,2	11,3
Afrika/Asien/Australien	398	472	18,3	8,6
<b>Gesamt</b>	<b>1.153</b>	<b>1.290</b>	<b>11,8</b>	<b>8,3</b>

## 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 2021.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.beiersdorf.de](http://www.beiersdorf.de).

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

## Kontakt

Corporate Communications  
Anke Schmidt  
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)