

Pressemitteilung

Beiersdorf setzt deutliches Wachstum im dritten Quartal fort - Umsatzprognose erhöht

- Konzern: Anhaltendes zweistelliges Umsatzwachstum (organisch +11,2 %) in den ersten neun Monaten 2023 - Umsatz steigt auf 7,3 Mrd. €
- Geschäftsbereich Consumer mit starkem Umsatzwachstum von +13,6 %, Umsatz klettert auf 6,0 Mrd. €
- NIVEA, inkl. Labello, (+17,5 %) und Derma (+24,8 %) mit deutlichem Wachstum in den ersten neun Monaten, gefolgt von Healthcare (+4,3 %), was den Rückgang bei La Prairie (-15,8 %) ausgleicht, der in erster Linie von den anhaltenden negativen Auswirkungen des „Daigou“-Geschäfts und dem anschließenden aktiven Abbau von Lagerbeständen im Reiseeinzelhandel beeinflusst wurde
- Geschäftsbereich tesa: Umsatz beläuft sich auf 1,3 Mrd. € (+1,3 % organisch)
- Umsatzprognose 2023 erhöht: Organisches Umsatzwachstum im niedrigen zweistelligen Bereich für den Konzern und Geschäftsbereich Consumer erwartet

Hamburg, 25. Oktober 2023 - Die Beiersdorf AG hat im dritten Quartal 2023 eine deutliche Wachstumsdynamik beibehalten und damit die erfolgreiche Geschäftsentwicklung mit einem anhaltenden zweistelligem Umsatzwachstum in den ersten neun Monaten beschleunigt. Die deutliche Steigerung des Konzernumsatzes in den ersten drei Quartalen auf 7,3 Mrd. € führte zu einem organischen Wachstum von 11,2 %. Der Unternehmensbereich Consumer erzielte im selben Zeitraum ein organisches Umsatzwachstum von 13,6 % auf 6,0 Mrd. €. Haupttreiber für dieses beeindruckende Ergebnis sind der anhaltende weltweite Erfolg von NIVEA und des Derma-Geschäfts mit den Marken Eucerin und Aquaphor. Der Unternehmensbereich tesa wuchs organisch um 1,3 % gegenüber dem Vorjahr und erreichte damit in den ersten drei Quartalen einen Umsatz von 1,3 Mrd. €.

Vincent Warnery, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG: „Wir schreiben die Erfolgsgeschichte von Beiersdorf 2023 fort. Wir haben in den ersten neun Monaten des Jahres erneut ein ausgezeichnetes zweistelliges Wachstum erzielt, trotz der herausfordernden Bedingungen in den Luxusmärkten und der weltweiten wirtschaftlichen Volatilität. Unsere ikonischen Marken NIVEA, Eucerin und Aquaphor führen diese Entwicklung mit zweistelligen Wachstumsraten auf breiter Basis an, angetrieben von wirkungsvollen globalen und lokalen Initiativen. Dieses herausragende Ergebnis ist ein Beweis für die effektive strategische Digitalisierung und Globalisierung unseres Markenportfolios und wird zusätzlich durch starke Innovationen und unsere Pipeline mit nachhaltigen Produkten gestützt. Dieser Erfolg unterstreicht unser Wachstumsziel. Wir haben deshalb unsere Umsatzprognose für das Gesamtjahr angehoben.“

Consumer: Performance von NIVEA und Derma sorgt für starkes zweistelliges Wachstum im dritten Quartal und in den ersten neun Monaten

Die ikonische Marke **NIVEA** - inklusive Labello - entwickelte sich mit einem deutlichen Wachstum von 17,5 % auf breiter Basis weiterhin besser als der Markt: Alle Regionen wuchsen zweistellig, ebenso die Kategorien Personal Care und Skin Care sowie sämtliche wichtigen Unterkategorien. Insbesondere im dritten Quartal war die ausgezeichnete Entwicklung der Luminous-Serie von NIVEA in der Kategorie Face Care ein starker Umsatztreiber. Dieser breit angelegte Erfolg spiegelte sich auch auf regionaler Ebene wider: Sämtliche Regionen verzeichneten ein zweistelliges Wachstum.

Die Derma-Marken **Eucerin** und **Aquaphor** erzielten mit einem organischen Umsatzwachstum von 24,8% in den ersten neun Monaten erneut eine herausragende Leistung. Diese bemerkenswerte Entwicklung wurde durch den weltweiten Erfolg der Sonnenpflegeprodukte, das anhaltend starke Wachstum des E-Commerce-Geschäfts und die herausragende Leistung des Derma-Portfolios in Lateinamerika angetrieben. Mehrere Produkteinführungen - viele davon mit dem erfolgreichen Wirkstoff Thiamidol - trugen signifikant zum Gesamtwachstum und zur Stärkung der führenden Position von Beiersdorf in den jeweiligen Märkten bei.

La Prairie, die Luxusmarke von Beiersdorf, musste in den ersten drei Quartalen einen Umsatzrückgang von 15,8 % hinnehmen. Wie bereits berichtet, war der Rückgang vor allem auf den anhaltend negativen Einfluss des „Daigou“-Geschäfts auf den chinesischen und koreanischen Reiseeinzelhandelsmarkt und die daraufhin getroffene Entscheidung zurückzuführen, die Lagerbestände bei den Einzelhändlern aktiv stark zu reduzieren. Dieser proaktive Ansatz ermöglicht es Beiersdorf, das Jahr 2024 von einer gesunden Basis aus zu beginnen und im Laufe des Jahres weiteres Wachstum zu erzielen. Zu diesem ermutigenden Ausblick für 2024 trägt auch die Wachstumsbeschleunigung in anderen Reiseeinzelhandelsmärkten wie Japan, Hongkong und Europa sowie das lokale Marktwachstum in den restlichen Teilen Asiens bei, insbesondere im dritten Quartal.

Das **Healthcare**-Geschäft, das hauptsächlich das Pflastergeschäft von Hansaplast und Elastoplast umfasst, verzeichnete ein organisches Umsatzwachstum von 4,3 % gegenüber einem starken Vorjahreszeitraum. Die konsequente Umsetzung von Markeninnovationen - darunter insbesondere großformatige Pflaster für die postoperative Wundversorgung - trugen zu höheren Marktanteilen und zu einem stärkeren Umsatzwachstum in sämtlichen Schlüsselmärkten, unter anderem Deutschland, Australien und Indonesien, bei.

tesa: Automotive- und Consumer-Geschäft führen Gesamtwachstum an

Das Geschäft bei tesa sah sich in einem weiteren Quartal mit einem herausfordernden Marktumfeld konfrontiert, insbesondere im Bereich Electronics. Dies konnte jedoch durch die starke Leistung in den Bereichen Automotive und Consumer ausgeglichen werden, was zu einem organischen Umsatzwachstum von 1,3 % in den ersten drei Quartalen führte. Das Consumer-Geschäft bei tesa wächst trotz des zunehmend schwächeren Markts. Ein Haupttreiber für diesen Erfolg ist der Fokus auf nachhaltige Innovationen. Das Industrie-Geschäft wiederum verzeichnete ein zweistelliges Wachstum

im Bereich Automotive und Electrical Systems, wo das Wachstum von einer starken Produktpipeline und einer allgemein positiven Marktentwicklung unterstützt wird.

Ausblick: Beiersdorf erhöht Umsatzprognose für das Gesamtjahr

Aufgrund der starken Entwicklung des Consumer-Geschäfts in den ersten neun Monaten 2023 hat Beiersdorf die Prognose für den Unternehmensbereich Consumer für das Gesamtjahr erhöht: Das Unternehmen erwartet nun ein niedriges zweistelliges organisches Umsatzwachstum und bestätigt die Prognose mit Blick auf eine Steigerung der EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte um 50 Basispunkte gegenüber dem Vorjahr.

Der Unternehmensbereich tesa verzeichnete in den vergangenen Monaten eine vorsichtige Belebung des Electronics-Geschäfts. Aufgrund der anhaltenden Unsicherheit über das Ausmaß dieser Belebung erwartet das Unternehmen für das Gesamtjahr nun ein organisches Umsatzwachstum im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich. Für tesa bestätigt Beiersdorf die Erwartung einer EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte leicht unter dem Niveau des Vorjahres.

Auf Konzernebene erhöht Beiersdorf die Umsatzprognose und erwartet ein niedriges zweistelliges organisches Umsatzwachstum. Das Unternehmen bestätigt eine erwartete EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte leicht über dem Vorjahresniveau.

Die Kennzahlen 9M 2023 im Überblick

Umsatz Konzern

(IN MIO. €)

	01.01.- 30.09.2022	01.01.- 30.09.2023	Entwicklung in %	
			nominal	organisch
Europa	2.993	3.230	7,9	9,2
Amerika	1.618	1.910	18,0	17,7
Afrika/Asien/Australien	2.119	2.116	-0,1	9,1
Gesamt	6.730	7.256	7,8	11,2

Umsatz Consumer

(IN MIO. €)

	01.01.- 30.09.2022	01.01.- 30.09.2023	Entwicklung in %	
			nominal	organisch
Europa	2.389	2.624	9,8	11,1
Westeuropa	1.935	2.098	8,4	8,6
Osteuropa	454	526	16,0	21,7
Amerika	1.404	1.689	20,3	19,8
Nordamerika	692	758	9,5	12,2
Lateinamerika	712	931	30,9	27,2
Afrika/Asien/Australien	1.647	1.681	2,0	11,9
Gesamt	5.440	5.994	10,2	13,6

Umsatz tesa

(IN MIO. €)

	01.01.- 30.09.2022	01.01.- 30.09.2023	Entwicklung in %	
			nominal	organisch
Europa	604	607	0,3	1,7
Amerika	214	220	3,0	4,2
Afrika/Asien/Australien	472	435	-7,7	-0,7
Gesamt	1.290	1.262	-2,2	1,3

Die prozentualen Veränderungen beziehen sich auf Werte in Tsd. €

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 2022 einen Umsatz von 8,8 Mrd. Euro sowie ein betriebliches Ergebnis (EBIT) von 1,2 Mrd. Euro. Beiersdorf beschäftigt weltweit über 20.000 Mitarbeitende, 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 2022.

Weitere Informationen finden Sie unter www.beiersdorf.de.

[X Corp.](#)
[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