

Presse-Information

Beiersdorf erwirbt Markenikone Coppertone™ von Bayer

- Signifikante Ausweitung des Portfolios stärkt führende Position von Beiersdorf als Sonnenschutz-Spezialist
 - Transaktion ist die erste große Übernahme unter Beiersdorfs neuer Strategie C.A.R.E.+
 - Bayer konzentriert sich verstärkt auf sein Kerngeschäft mit verschreibungsfreien Marken
-

Hamburg / Leverkusen, 13. Mai 2019 – Beiersdorf und Bayer haben heute den Abschluss eines Kaufvertrags bekanntgegeben, demgemäß Beiersdorf das Coppertone™-Geschäft von Bayer für einen Kaufpreis von 550 Millionen US-Dollar erwerben wird.

Coppertone™ war die erste Sonnenschutzmarke, die 1944 auf den US-Markt kam. Sie wird von Whippany (New Jersey, USA) aus in den USA, Kanada und China vertrieben. Im Jahr 2018 hat Coppertone™ einen Umsatz von 213 Millionen US-Dollar erwirtschaftet. Mit dem Erwerb von Coppertone™ betritt Beiersdorf den weltweit größten Markt für Sonnenschutz, die USA, und stärkt so seine Präsenz in Nordamerika. Neben NIVEA, Eucerin, Aquaphor und La Prairie wird Coppertone™ die fünfte Marke im Hautpflegeportfolio von Beiersdorf in Nordamerika. Bayer kann sich durch den Verkauf noch stärker auf den Ausbau seines Kerngeschäfts mit verschreibungsfreien Marken konzentrieren.

„Diese Transaktion unterstreicht unsere Verpflichtung zu wettbewerbsfähigem, nachhaltigem Wachstum und Investitionen in die Hautpflege – zwei wesentliche Prioritäten unserer neuen C.A.R.E.+ Strategie. Hautpflege ist das Herzstück von Beiersdorf – und Sonnenschutz seit über 60 Jahren ein Fundament unseres Hautpflege-Geschäfts“, sagte Stefan De Loecker, Vorstandsvorsitzender von Beiersdorf. „Wir freuen uns, der Markenikone Coppertone™ und ihren engagierten, erfahrenen Mitarbeitern ein neues Zuhause neben NIVEA Sun und Eucerin Sun zu geben. Die Pioniere für Sonnenschutz in

Europa und den USA vereinen damit zukünftig ihre Kräfte, um Konsumenten weltweit verlässlichen Sonnenschutz zu bieten. Wir sind überzeugt, dass Coppertone™ und das Mitarbeitererteam unser führendes Markenportfolio mit zusätzlicher Expertise ergänzen werden, sodass wir unsere Position – insbesondere in den USA – deutlich stärken werden.“

„Wir glauben in Beiersdorf den richtigen Partner gefunden zu haben, der weiter in die Marke Coppertone™ investiert und ihr Wachstum erfolgreich fortsetzt“, so Heiko Schipper, Mitglied des Vorstands von Bayer und Leiter der Division Consumer Health. „Seit Bayer Coppertone™ Ende 2014 übernommen hat, haben wir bei der Revitalisierung der Marke Fortschritte gemacht. Dank des Engagements vieler Mitarbeiter, denen wir unseren Dank aussprechen möchten, konnten wir eine vielversprechende Pipeline innovativer Produkte entwickeln. Wir freuen uns, dass Beiersdorf diese Marke nun auf die nächste Erfolgsstufe führen wird.“

Beiersdorf erwirbt die weltweiten Produktrechte an Coppertone™ und übernimmt die rund 450 Mitarbeiter des Coppertone™-Geschäfts in den USA, Kanada und China – darunter Vertrieb und Marketing, Forschung & Entwicklung und weitere Bereiche – sowie das Produktionswerk in Cleveland (Tennessee, USA). Mit dem Abschluss der Transaktion wird, vorbehaltlich der üblichen Vollzugsbedingungen einschließlich Genehmigung durch die Wettbewerbsbehörden, im dritten Quartal 2019 gerechnet.

Sawaya Partners und Citi fungierten als finanzielle Berater für Bayer, die rechtliche Beratung stellte Covington & Burling bereit. Beiersdorf wurde von Credit Suisse und Perella Weinberg Partners finanziell beraten, während Freshfields Bruckhaus Deringer als rechtlicher Berater fungierte.

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 über 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, SLEK und Maestro 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.

Weitere Informationen finden Sie unter www.beiersdorf.de.

*Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2017.

Über Bayer

Bayer ist ein weltweit tätiges Unternehmen mit Kernkompetenzen auf den Life-Science-Gebieten Gesundheit und Ernährung. Mit seinen Produkten und Dienstleistungen will das Unternehmen den Menschen nützen, indem es zur Lösung grundlegender Herausforderungen einer stetig wachsenden und alternden Weltbevölkerung beiträgt. Gleichzeitig will der Konzern seine Ertragskraft steigern sowie Werte durch Innovation und Wachstum schaffen. Bayer bekennt sich zu den Prinzipien der Nachhaltigkeit und steht mit seiner Marke weltweit für Vertrauen, Zuverlässigkeit und Qualität. Im Geschäftsjahr 2018 erzielte der Konzern mit rund 117.000 Beschäftigten einen Umsatz von 39,6 Milliarden Euro. Die Investitionen beliefen sich auf 2,6 Milliarden Euro und die Ausgaben für Forschung und Entwicklung auf 5,2 Milliarden Euro. Weitere Informationen sind im Internet zu finden unter www.bayer.de

Kontakt:

Beiersdorf:

Inken Hollmann-Peters, Tel.: +49 40 4909 2001

E-Mail: cc@beiersdorf.com

Dr. Jens Geißler, Tel.: +49 40 4909 5000

E-Mail: investor.relations@beiersdorf.com

Bayer:

Tricia McKernan, Tel.: +41 58 272-7871

E-Mail: tricia.mckernan@bayer.com

Dr. Rolf Ackermann, Tel.: +49 214 30-41782

E-Mail: rolf.ackermann@bayer.com

Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Veröffentlichung kann bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen enthalten, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensführung von Bayer und Beiersdorf beruhen. Verschiedene bekannte wie auch unbekannt Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Finanzlage, die Entwicklung oder die Performance der Gesellschaften wesentlich von den hier gegebenen Einschätzungen abweichen. Diese Faktoren schließen diejenigen ein, die Bayer und Beiersdorf in veröffentlichten Berichten beschrieben haben. Diese Berichte stehen auf der Bayer-Webseite www.bayer.de und der Webseite von Beiersdorf unter www.beiersdorf.de zur Verfügung. Die Gesellschaften übernehmen keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.