

Beiersdorf auf Kurs mit C.A.R.E.+ Strategie – Gute Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2019

- Umsatzwachstum im Konzern von 4,8%
- Consumer steigert Umsatz um 5,3%
- tesa erzielt Umsatzplus von 2,4%
- EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte im Konzern bei 15,4%
- Prognose für 2019 bestätigt

Hamburg, 6. August 2019 – Die Beiersdorf AG, Hamburg, hat ihren Wachstumskurs im ersten Halbjahr 2019 fortgesetzt. Der Konzern erwirtschaftete in den ersten sechs Monaten ein organisches Umsatzplus von 4,8%. Nominal stieg der Umsatz von 3.613 Mio. € um 6,2% auf 3.837 Mio. €. Der Konzern erreichte ein Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) und Sondereffekten in Höhe von 593 Mio. € (Vorjahr: 585 Mio. €). Beeinflusst durch die Investitionen für C.A.R.E.+ , lag die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte bei 15,4% (Vorjahr: 16,2%). Die Sonderfaktoren in Höhe von 11 Mio. € betrafen die Aufwendungen für den Erwerb des Coppertone™-Geschäfts. Die Prognose für 2019 wird bestätigt.

„Die Konsumgüterindustrie befindet sich in einem historischen Umbruch. Unser gesamtes Geschäftsmodell muss sich an die neuen wirtschaftlichen und technologischen Bedingungen anpassen. Unsere Antwort auf diese Umbrüche ist unsere C.A.R.E.+ Strategie. Die Ergebnisse der ersten sechs Monate zeigen, dass wir damit auf dem richtigen Weg sind. Wir sehen signifikanten Fortschritt in den verschiedenen Bereichen. Unser Anspruch ist es, den Markt zu übertreffen, mit überzeugenden Innovationen Mehrwert für unsere Verbraucher zu schaffen und dadurch nachhaltige Profitabilität sicherzustellen. Im zweiten Quartal konnten wir die Implementierung unserer strategischen Prioritäten konsequent vorantreiben. Der vereinbarte Erwerb von Coppertone™ ist der erste große Meilenstein von C.A.R.E.+ , mit dem wir unsere globale Position in einem strategisch wichtigen Wachstumsfeld stärken. Die Akquisition unterstreicht unseren stetigen Fokus auf wettbewerbsfähiges, nachhaltiges Wachstum“, sagte Stefan De Loecker, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG.

Umsatzentwicklung Konzern

(IN MIO. €)	01.01. – 30.06.2018	01.01. – 30.06.2019	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	1.913	1.960	2,4	2,3
Amerika	589	644	9,3	4,2
Afrika/Asien/Australien	1.111	1.233	11,1	9,4
Gesamt	3.613	3.837	6,2	4,8

Der Konzernumsatz lag im ersten Halbjahr 2019 organisch um 4,8% über dem Vorjahr. Das Wachstum wurde durch die Entwicklung der Wechselkurse um 1,0 Prozentpunkte erhöht. Akquisitionen im Unternehmensbereich tesa beeinflussten die Entwicklung positiv um zusätzliche 0,4 Prozentpunkte. Nominal erhöhte sich der Umsatz um 6,2% und betrug 3.837 Mio. € (Vorjahr 3.613 Mio. €).







Umsatzentwicklung Consumer

(IN MIO. €)

	01.01. – 30.06.2018	01.01. – 30.06.2019	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	1.543	1.588	2,9	2,8
Westeuropa	1.247	1.294	3,8	3,3
Osteuropa	296	294	-0,7	0,4
Amerika	488	530	8,5	5,9
Nordamerika	211	226	7,0	0,7
Lateinamerika	277	304	9,7	10,0
Afrika/Asien/Australien	926	1.028	11,0	9,2
Gesamt	2.957	3.146	6,4	5,3

Der Unternehmensbereich **Consumer** erzielte im ersten Halbjahr ein organisches Umsatzplus von 5,3%. Nominal stieg der Umsatz um 6,4% auf 3.146 Mio. € (Vorjahr: 2.957 Mio. €). Positive Wechselkurseffekte erhöhten das Wachstum um 1,1 Prozentpunkte. Das EBIT ohne Sondereffekte im Unternehmensbereich Consumer lag bei 482 Mio. € (Vorjahr: 472 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 15,3% nach 15,9% im Vorjahr.

NIVEA erzielte ein Wachstum von 3,2%, der Bereich **Derma** mit den Marken Eucerin und Aquaphor erreichte ein Umsatzplus von 6,0%. Auch der Bereich **Healthcare**, der im Wesentlichen das Pflastergeschäft abbildet, entwickelte sich mit einem Wachstum von 3,7% positiv. Die Marke **La Prairie** konnte die sehr gute Entwicklung des letzten Jahres fortsetzen und erzielte ein Umsatzwachstum von 26,8%.

Europa

In der Region **Europa** stieg der Umsatz organisch um 2,8%. Nominal lag er mit 1.588 Mio. € um 2,9% über dem Vorjahreswert (1.543 Mio. €).

In **Westeuropa** lag der Umsatz um 3,3% über dem Vorjahr, beeinflusst durch die sehr gute Entwicklung des Travel-Retail-Geschäfts bei La Prairie. Ein deutliches Wachstum wurde weiterhin in Deutschland und Österreich erzielt. Die Umsätze in Frankreich und Großbritannien blieben hingegen unter Vorjahr. Im Gegensatz zum Vorjahr wurde das Geschäft mit Sonnenschutzprodukten durch ungünstige Wetterbedingungen negativ beeinflusst. In **Osteuropa** lag der Umsatz nach einem starken Vorjahresquartal und bedingt durch das schwierige Einzelhandelsumfeld in Polen nur leicht über Vorjahr.

Amerika

Der Umsatz in der Region **Amerika** lag organisch um 5,9% über dem Vorjahreswert. Nominal betrug der Umsatz 530 Mio. € und lag somit um 8,5% über dem Vorjahr (488 Mio. €).

In **Nordamerika** lag der Umsatz leicht über Vorjahr. **Lateinamerika** verzeichnete ein starkes Wachstum von 10,0%, besonders getrieben durch zweistellige Wachstumsraten in Brasilien und Mexiko. Die Umsatzentwicklung in Argentinien blieb in einem schwierigen Marktumfeld, zusätzlich beeinflusst durch negative Wechselkurseffekte, unter Vorjahresniveau.

Afrika/Asien/Australien

Die Region **Afrika/Asien/Australien** wuchs kräftig um 9,2%. Nominal stieg der Umsatz um 11,0% auf 1.028 Mio. € (Vorjahr: 926 Mio. €). Vor allem in Japan, Indien, Indonesien, Malaysia, der Türkei und Südafrika wurde ein sehr starkes Ergebnis erreicht. La Prairie trug erneut deutlich zur positiven Entwicklung in der Region bei. In China entwickelte sich das Skin Care Segment positiv, während der Bereich Hair Care deutlich unter Vorjahresniveau blieb.



Eucerin

la prairie

Hansaplast

tesa

Umsatzentwicklung tesa

(IN MIO. €)			Entwicklung (in %)	
	01.01. – 30.06.2018	01.01. – 30.06.2019	nominal	organisch
	Europa	370	372	0,3
Amerika	101	114	12,9	-3,7
Afrika/Asien/Australien	185	205	11,9	10,2
Gesamt	656	691	5,5	2,4

tesa verzeichnete im ersten Halbjahr einen soliden Umsatzzuwachs gegenüber einem guten Vorjahreshalbjahr. Organisch steigerte tesa den Umsatz um 2,4%. Umsätze der im Verlauf von 2018 erworbenen Unternehmen (+2,3 Prozentpunkte) sowie Wechselkurseffekte (+0,8 Prozentpunkte) erhöhten den Umsatz um 3,1 Prozentpunkte. Nominal erhöhte sich damit der Umsatz um 5,5 % auf 691 Mio. € (Vorjahr: 656 Mio. €). Das EBIT lag bei 111 Mio. € nach 113 Mio. € im Vorjahr. Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 16,0% (Vorjahr: 17,3 %).

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 war der wesentliche Grund für die rückläufige Entwicklung in Amerika. Die Umsatzsteigerung in Asien ist insbesondere auf die starke Entwicklung im Elektronikgeschäft zurückzuführen.

Vermögens- und Finanzlage Konzern

In den ersten sechs Monaten 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 3–5 % aus. Bedingt durch die Investitionen für C.A.R.E.+ rechnet Beiersdorf für 2019 mit einer operativen EBIT-Marge von 14,0–14,5 % im Unternehmensbereich Consumer.

Im Unternehmensbereich **tesa** wird ein Umsatzwachstum von 3–4 % erwartet. Die operative EBIT-Umsatzrendite 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 Konzerns wird bei etwa 14,5 % liegen.

Die Umsatzentwicklung basiert auf organischem Wachstum, die operative EBIT-Umsatzrendite auf dem laufenden Geschäft. Auswirkungen aus dem Erwerb des Coppertone™-Geschäfts sind hierbei nicht berücksichtigt.

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. €. 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 seiner 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

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

**Eucerin****la prairie**
SWITZERLAND**Hansaplast****tesa**