

Beiersdorf erzielt starke Ergebnisse im ersten Jahr von C.A.R.E.+

- Konzernumsatz wächst organisch um 4,1 % (nominal 5,8 %)
- Bereinigte* EBIT-Umsatzrendite liegt bei 14,5 %
- Consumer erzielt organisches Umsatzwachstum von 4,8 % (nominal 6,5 %)
- tesa steigert Umsatz organisch um 0,8 % (nominal 2,7 %)
- Ausblick 2020 positiv: Umsatzentwicklung über Marktdurchschnitt erwartet

Hamburg, 3. März 2020 – Die Beiersdorf AG, Hamburg, hat im Geschäftsjahr 2019 ihren Umsatz organisch um 4,1 % gesteigert. Nominal nahm der Umsatz von 7.233 Mio. € um 5,8 % auf 7.653 Mio. € zu. Der Unternehmensbereich Consumer steigerte den Umsatz organisch um 4,8 %. tesa erzielte in einem schwierigen Marktumfeld ein organisches Umsatzwachstum von 0,8 %. Auf Konzernebene reduzierte sich das bereinigte Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) – bedingt durch zusätzliche, im Rahmen der Strategie C.A.R.E.+ angekündigte strategische Investitionen – von 1.113 Mio. € im Vorjahr auf 1.108 Mio. €. Die entsprechende bereinigte EBIT-Umsatzrendite lag bei 14,5 %, nach 15,4 % im Vorjahr. Dank Verbesserungen beim tatsächlichen Steuersatz sowie beim Finanzergebnis stieg das bereinigte Ergebnis nach Steuern um 5,1 % von 756 Mio. € auf 795 Mio. €. Das bereinigte Ergebnis je Aktie erhöhte sich von 3,26 € auf 3,42 €.

„Wir haben ein starkes Geschäftsjahr 2019 und qualitativ hochwertiges, wettbewerbsfähiges Wachstum erzielt. Wir konnten signifikante Fortschritte bei der Umsetzung der strategischen Prioritäten von C.A.R.E.+ machen, wobei unsere Konsumenten stets im Mittelpunkt stehen. Durch den Einsatz neuer digitaler Technologien verstärken wir die Nähe zu unseren Konsumenten und gewinnen ihr Vertrauen mit überlegenen Hautpflegeinnovationen und einem starken Markenportfolio. Wir erschließen neue Wachstumsmärkte und Geschäftsfelder und erfüllen die Erwartungen unserer Konsumenten, indem wir einen entscheidenden Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit leisten. Gleichzeitig sehen wir, dass es noch viel zu tun gibt. In einigen Märkten wird sich die Wettbewerbssituation weiter verschärfen und auch die Auswirkungen des Coronavirus auf unser Geschäft sind aufgrund der dynamischen Lage noch nicht quantifizierbar. Für das Geschäftsjahr 2020 rechnen wir daher mit verstärktem Gegenwind. Dennoch sind wir optimistisch, dass wir mit C.A.R.E.+ die richtigen Weichen gestellt haben, um unsere Entwicklungspotenziale auch in Zukunft durch gezielte Maßnahmen und eine höhere Investitionsbereitschaft konsequent anzugehen“, so Stefan De Loecker, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG.

„Die positive Geschäftsentwicklung und der Blick auf die Finanzkennzahlen des vergangenen Jahres verdeutlichen, dass wir mit unserer Strategie C.A.R.E.+ im Plan sind. Mit Blick auf alle wesentlichen Finanzkennzahlen haben wir die erste Etappe auf dem Weg zur Erreichung unserer mittelfristigen Geschäftsplanung für 2023 erfolgreich gemeistert. Die EBIT-Entwicklung unseres Consumer-Geschäfts verdeutlicht die verstärkten Investitionen, die wir im Rahmen von C.A.R.E.+ angekündigt hatten. Neben unserem Umsatzwachstum und unserer EBIT-Entwicklung haben wir auch unsere Ziele für eine verbesserte Bruttomarge, das Working Capital, den tatsächlichen Steuersatz sowie das positive Nettofinanzergebnis erreicht. All das stimmt uns zuversichtlich für 2020 und darüber hinaus“, kommentiert Finanzvorständin Dessi Temperley.

Starkes Wachstum im Unternehmensbereich Consumer

Der Unternehmensbereich Consumer hat 2019 seinen Umsatz erneut deutlich gesteigert. Der Umsatz stieg organisch um 4,8 %. Wechselkurseffekte erhöhten das Wachstum um 1,7 Prozentpunkte. Der positive Struktureffekt aus dem Erwerb von COPPERTONE glich den gegenläufigen Effekt aus der Veräußerung der chinesischen Haarpflegemarke SLEK aus. Nominal erhöhte sich der Umsatz damit um 6,5 % von 5.890 Mio. € auf 6.274 Mio. €. NIVEA steigerte seinen Umsatz um 3,0 %. Die Derma-Marken EUCERIN und AQUAPHOR erzielten eine Wachstumsrate von 7,5 %. Die Healthcare-Marken HANSAPLAST und ELASTOPLAST erreichten ein Umsatzwachstum von 3,1 %. Die Marke für selektive Kosmetik LA PRAIRIE verzeichnete erneut ein starkes Umsatzwachstum von 20,0 %.

An dem Umsatzwachstum waren alle Regionen beteiligt. In der Region Europa lag die Wachstumsrate bei 2,3 %, getrieben durch ein starkes Wachstum in Deutschland und die weiterhin gute Entwicklung des Travel-Retail-Geschäfts bei LA

* Aus laufender Geschäftstätigkeit und ohne Sondereffekte.

PRAIRIE. In Westeuropa übertraf der Umsatz den Vorjahreswert um 2,2 %, in Osteuropa um 3,0 %. In der Region Amerika konnte der Umsatz insbesondere aufgrund der starken Entwicklungen in Brasilien und Mexiko um 5,3 % gesteigert werden. In Nordamerika lag das Umsatzwachstum bei 3,8 % und in Lateinamerika bei 6,4 %. Die Region Afrika/Asien/Australien entwickelte sich mit einem Umsatzwachstum von 8,4 % erneut besonders erfreulich. Hierzu trugen auch zahlreiche asiatische und afrikanische Gesellschaften mit zweistelligem Wachstum bei.

Das bereinigte EBIT betrug 896 Mio. € (Vorjahr: 903 Mio. €), die bereinigte EBIT-Umsatzrendite lag bei 14,3 % (Vorjahr: 15,3 %), bedingt durch die im Vorjahr angekündigten Investitionsoffensiven im Rahmen der Strategie C.A.R.E.+.

Unternehmensbereich tesa mit positivem Wachstum in schwierigem Marktumfeld

Der Umsatz im Unternehmensbereich tesa stieg organisch um 0,8 %. Umsätze der im Verlauf des Jahres 2018 erworbenen Unternehmen (+0,8 Prozentpunkte) sowie Wechselkurseffekte (+1,1 Prozentpunkte) erhöhten den Umsatz um 1,9 Prozentpunkte. Nominal stieg der Umsatz damit von 1.343 Mio. € im Vorjahr um 2,7 % auf 1.379 Mio. €. Zur positiven Entwicklung des Unternehmensbereichs trug insbesondere das Segment Trade Markets bei, zu dem das Endverbrauchergeschäft gehört. Die Umsätze im Geschäftssegment Direct Industries blieben insgesamt stabil. Während sich das Elektronikgeschäft 2019 deutlich positiv entwickelte, zeigte der Bereich Automotive in einem unsicheren Marktumfeld eine negative Umsatzentwicklung.

Das bereinigte EBIT erhöhte sich auf 212 Mio. € (Vorjahr: 210 Mio. €). Die bereinigte EBIT-Umsatzrendite lag bei 15,3 % (Vorjahr: 15,7 %).

Starke Bilanz

Auch 2019 weist Beiersdorf eine sehr solide Bilanzstruktur auf. Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte lagen bei 765 Mio. € (Vorjahr: 463 Mio. €). Davon entfielen 700 Mio. € (Vorjahr: 320 Mio. €) auf den Unternehmensbereich Consumer und 65 Mio. € (Vorjahr: 143 Mio. €) auf den Unternehmensbereich tesa. Ein Großteil der Consumer-Investitionen ist auf die COPPERTONE-Akquisition (445 Mio. €) zurückzuführen. Die übrigen Investitionen betrafen im Wesentlichen die Werke der beiden Unternehmensbereiche Consumer und tesa sowie den Bau der neuen Konzernzentrale in Hamburg. Die Aktivierung der Nutzungsrechte aus Leasingverhältnissen durch die erstmalige Anwendung von IFRS 16 erhöhte die Sachanlagen um 177 Mio. €. Die Nettoliquidität erreichte 4.250 Mio. €, die Eigenkapitalquote 61 %.

Ausblick 2020

Im Unternehmensbereich Consumer geht Beiersdorf für das Geschäftsjahr 2020 von einem organischen Umsatzwachstum von 3-5 % aus. Die bereinigte EBIT-Umsatzrendite wird in der Bandbreite von 14,0-14,5 % erwartet.

Im Unternehmensbereich tesa gehen wir für 2020 von einem leicht positiven organischen Umsatzwachstum aus. Die bereinigte EBIT-Umsatzrendite wird auf Vorjahresniveau erwartet.

Basierend auf der Prognose der beiden Unternehmensbereiche ergibt sich für den Konzern ein erwartetes organisches Umsatzwachstum von rund 3-5 %. Die bereinigte EBIT-Umsatzrendite und die bereinigte Umsatzrendite nach Steuern für den Konzern erwarten wir auf Vorjahresniveau.

Mögliche Auswirkungen der Coronavirus-Epidemie in China auf unser Geschäft sind noch nicht quantifizierbar und daher nicht in dieser Geschäftsprognose berücksichtigt.

Entwicklung Beiersdorf Konzern 2019 auf einen Blick

KONZERN

		2018	2019	Entwicklung in % nominal / organisch
Umsatz	(in Mio. €)	7.233	7.653	+5,8 / +4,1
Consumer	(in Mio. €)	5.890	6.274	+6,5 / +4,8
tesa	(in Mio. €)	1.343	1.379	+2,7 / +0,8
Betriebliches Ergebnis (EBIT)*	(in Mio. €)	1.113	1.108	-0,5
Consumer*	(in Mio. €)	903	896	-0,8
tesa*	(in Mio. €)	210	212	+1,0
EBIT-Umsatzrendite*	(in %)	15,4	14,5	-90 BP
Consumer*	(in %)	15,3	14,3	-100 BP
tesa*	(in %)	15,7	15,3	-40 BP
Ergebnis nach Steuern*	(in Mio. €)	756	795	+5,1
Gewinn je Aktie*	(in €)	3,26	3,42	+5,1
Dividende je Aktie	(in €)	0,70	0,70	
Nettoliiquidität	(in Mio. €)	4.402	4.250	-3,5
Eigenkapital	(in Mio. €)	5.647	6.093	+7,9
Verhältnis Working Capital zu Umsatz (Consumer, fortlaufend über 12 Monate)*	(in %)	9,9	9,2	-70 BP
Mitarbeiter	(Anzahl am 31.12.2019)	20.059	20.654	

* Bereinigt: aus laufender Geschäftstätigkeit und ohne Sondereffekte.

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 2019 erzielte Beiersdorf einen Umsatz von 7,6 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, Maestro und Coppertone 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.

**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