

Beiersdorf übertrifft den herausfordernden Hautpflegemarkt im ersten Halbjahr 2020

- Konzernumsatz organisch um 10,7% unter Vorjahr
 - Consumer Umsatz organisch um 10,9% unter Vorjahr
 - tesa Umsatz organisch um 10,0% unter Vorjahr
- Dermokosmetische Marken mit starkem Umsatzplus
- Marktanteilsgewinne im Bereich Hautpflege
- EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte im Konzern bei 13,7%

Hamburg, 6. August 2020 – Die Beiersdorf AG, Hamburg, hat im ersten Halbjahr 2020 bedingt durch die anhaltende weltweite Ausbreitung der COVID-19-Pandemie einen Umsatzrückgang verzeichnen müssen. Der Konzernumsatz verringerte sich in den ersten sechs Monaten organisch um 10,7%. Nominal lag der Umsatz mit 3.449 Mio. € um 10,1% unter Vorjahr (3.837 Mio. €). Der Konzern erreichte ein Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) und Sondereffekten in Höhe von 472 Mio. € (Vorjahr: 593 Mio. €). Dies entspricht einer EBIT-Umsatzrendite von 13,7% nach 15,4% im Vorjahr.

„In diesem extrem turbulenten Jahr ist auch unser Geschäft von der COVID-19-Pandemie stark beeinflusst. Der gesamte Hautpflegemarkt ging signifikant zurück. Infolgedessen waren die Auswirkungen auf die Umsatzentwicklung des ersten Halbjahres 2020 deutlich spürbar. Dennoch konnte Beiersdorf in diesem herausfordernden Marktumfeld Anteile hinzugewinnen. Das zeigt die Stärke unserer vertrauenswürdigen ikonischen Marken, unsere Fähigkeit, auf die sich schnell ändernde Verbrauchernachfrage zu reagieren, sowie die Resilienz unserer Teams und des gesamten Unternehmens. Wir haben uns seit Beginn der Krise darauf konzentriert, die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter und Partner zu gewährleisten, unsere Verbraucher weiter mit unseren Produkten zu versorgen und besonders gefährdete gesellschaftliche Gruppen zu stärken. Das tun wir, indem wir unser internationales 50 Mio.€ Hilfsprogramm kontinuierlich fortsetzen, um die Gesellschaft in ihrem langfristigen Kampf gegen das Coronavirus zu unterstützen“, sagte Stefan De Loecker, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG. „Die COVID-19-Pandemie ist noch nicht vorbei und wir müssen uns weiterhin auf äußerst unsichere Rahmenbedingungen einstellen. Aber da wir fest entschlossen sind, gestärkt aus dieser beispiellosen Krise hervorzugehen, investieren wir weiterhin gezielt in die Initiativen im Rahmen unserer C.A.R.E.+ Strategie.“

Umsatzentwicklung Konzern

(IN MIO. €)			Entwicklung (in %)	
	01.01. - 30.06.2019	01.01. - 30.06.2020	nominal	organisch
	Europa	1.960	1.724	-12,1
Amerika	644	681	5,8	-3,4
Afrika/Asien/Australien	1.233	1.044	-15,3	-13,0
Gesamt	3.837	3.449	-10,1	-10,7

Der Konzernumsatz lag im ersten Halbjahr 2020 organisch um 10,7% unter dem Vorjahr. Das Wachstum wurde durch die Entwicklung der Wechselkurse um 1,4 Prozentpunkte verringert. Der Erwerb der Marke COPPERTONE im Unternehmensbereich Consumer beeinflusste die Entwicklung positiv um 2,0 Prozentpunkte. Nominal verringerte sich der Umsatz damit um 10,1% und betrug 3.449 Mio. € (Vorjahr 3.837 Mio. €). Der Konzern erreichte ein Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) und Sondereffekten in Höhe von 472 Mio. € (Vorjahr: 593 Mio. €). Dies entspricht einer EBIT-Umsatzrendite von 13,7% nach 15,4% im Vorjahr. Die Sonderfaktoren in Höhe von 31 Mio.€ betrafen überwiegend die bisherigen Aufwendungen für das internationale Beiersdorf Hilfsprogramm in Höhe von 12 Mio.€, Aufwendungen für die Integration der Marke COPPERTONE in Höhe von 8 Mio.€ sowie bedingt durch die allgemeine Geschäftsentwicklung eine Wertminderung auf das Geschäft in Nordostasien in Höhe von 10 Mio.€. Das EBIT des Konzerns nach Sondereffekten verringerte sich von 582 Mio.€ im Vorjahr auf 441 Mio.€, die EBIT-Umsatzrendite nach Sondereffekten lag bei 12,8% nach 15,2% im Vorjahr.

Umsatzentwicklung Consumer

(IN MIO. €)

	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2020	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	1.588	1.382	-13,0	-12,8
Westeuropa	1.294	1.116	-13,8	-14,3
Osteuropa	294	266	-9,4	-6,3
Amerika	530	593	11,8	1,5
Nordamerika	226	321	42,0	-0,2
Lateinamerika	304	272	-10,6	2,8
Afrika/Asien/Australien	1.028	859	-16,3	-14,4
Gesamt	3.146	2.834	-9,9	-10,9

Der Umsatz im Unternehmensbereich **Consumer** verringerte sich im ersten Halbjahr organisch um 10,9%. Nominal sank der Umsatz um 9,9% auf 2.834 Mio. € (Vorjahr: 3.146 Mio. €). Dem negativen Einfluss durch Wechselkurseffekte in Höhe von 1,5 Prozentpunkten standen strukturelle Effekte gegenüber, die das Wachstum um 2,5 Prozentpunkte erhöhten. Das EBIT ohne Sondereffekte im Unternehmensbereich Consumer verringerte sich auf 376 Mio. € (Vorjahr: 482 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 13,3% nach 15,3% im Vorjahr. Sondereffekte in Höhe von 29 Mio. € verringerten das Ergebnis. Das EBIT nach Sondereffekten lag damit bei 347 Mio. € (Vorjahr: 471 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite nach Sondereffekten bei 12,2% (Vorjahr: 15,0%).

Der Umsatz von **NIVEA** reduzierte sich um 8,8%. Auch der Bereich **Healthcare**, der im Wesentlichen das Pflastergeschäft abbildet, verzeichnete einen Umsatzrückgang von 7,7%. Der Bereich **Derma** mit den Marken EUCERIN und AQUAPHOR hingegen erreichte ein sehr gutes Umsatzplus von 6,2%. Die Marke **LA PRAIRIE** war besonders stark vom Einbruch des internationalen Reiseverkehrs betroffen und verzeichnete einen Umsatzrückgang von 41,9%.

Europa

In der Region **Europa** sank der Umsatz organisch um 12,8%. Nominal lag er mit 1.382 Mio. € um 13,0% unter dem Vorjahreswert (1.588 Mio. €).

In **Westeuropa** lag der Umsatz um 14,3% unter dem Vorjahr, beeinflusst durch Länder wie Frankreich, Italien, Spanien und Großbritannien, die besonders stark von der COVID-19-Pandemie betroffen sind, sowie insbesondere durch den starken Umsatzrückgang im Travel-Retail-Geschäft von LA PRAIRIE. In **Osteuropa** lag der Umsatz um 6,3% unter dem Vorjahr. In wichtigen Märkten wie Polen und der Ukraine zeigte sich nur eine leicht negative Umsatzentwicklung.

Amerika

Der Umsatz in der Region **Amerika** lag organisch um 1,5% über dem Vorjahreswert. Die Akquisition des COPPERTONE-Geschäfts erhöhte das Wachstum der Region um 16,9 Prozentpunkte. Wechselkurseffekte reduzierten den Umsatz um 6,6 Prozentpunkte. Nominal betrug der Umsatz 593 Mio. € und lag somit um 11,8% über dem Vorjahr (530 Mio. €).

In **Nordamerika** lag das organische Umsatzwachstum leicht unter Vorjahr, auch wenn EUCERIN und AQUAPHOR ein starkes Umsatzplus erzielen konnten. **Lateinamerika** verzeichnete trotz der anhaltenden COVID-19-Pandemie ein Wachstum von 2,8%, besonders getrieben durch zweistellige Wachstumsraten in Brasilien und Chile. Die Umsatzentwicklung in Argentinien blieb in einem schwierigen Marktumfeld, zusätzlich beeinflusst durch negative Wechselkurseffekte, deutlich unter Vorjahresniveau.

Afrika/Asien/Australien

Die Region **Afrika/Asien/Australien** verzeichnete einen Umsatzrückgang von 14,4%. Nominal sank der Umsatz unter anderem durch die Veräußerung der Marke SLEK um 16,3% auf 859 Mio. € (Vorjahr: 1.028 Mio. €). Während die Umsätze in Indien, der Türkei, Indonesien und Japan rückläufig waren, entwickelten sich die Umsätze in Australien, Malaysia und Saudi-Arabien positiv. LA PRAIRIE zeigte sich bedingt durch die COVID-19-Pandemie rückläufig. EUCERIN hingegen konnte seinen Umsatz steigern. In Afrika zeigte sich ein gemischtes Bild.

Umsatzentwicklung tesa

(IN MIO. €)

	01.01. - 30.06.2019	01.01. - 30.06.2020	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	372	342	-8,1	-7,3
Amerika	114	88	-22,3	-20,7
Afrika/Asien/Australien	205	185	-9,9	-9,1
Gesamt	691	615	-11,0	-10,0

tesa verzeichnete im ersten Halbjahr einen deutlichen Umsatzrückgang im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres. Organisch reduzierte sich der tesa Umsatz um 10,0%. Negative Wechselkurseffekte verstärkten den Rückgang um einen weiteren Prozentpunkt. Nominal verzeichnete tesa damit einen Umsatzrückgang um 11,0% auf 615 Mio. € (Vorjahr: 691 Mio. €).

Im zweiten Quartal zeigten sich die starken Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die weltweite Wirtschaft und beeinflussten auch das tesa Geschäft deutlich. tesa verzeichnete Umsatzrückgänge insbesondere im Segment **Direct Industries**, dem direkten Geschäft mit Industriekunden. Auch im Segment **Trade Markets** musste tesa einen Umsatzrückgang hinnehmen. In einem schwierigen globalen Marktumfeld zeigte insbesondere der Bereich Automotive eine deutlich negative Umsatzentwicklung. Diese rückläufige Entwicklung zeigte sich insbesondere in Amerika und in Europa. Der Umsatzrückgang in Asien war vor allem durch Umsatzverluste im Elektronikgeschäft bedingt.

Das EBIT ohne Sondereffekte im Unternehmensbereich tesa reduzierte sich gegenüber dem ersten Halbjahr 2019 auf 96 Mio. € (Vorjahr: 111 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite erreichte 15,6% (Vorjahr: 16,0%). Die Sondereffekte in Höhe von 2 Mio. € betrafen insbesondere das „Care Beyond Skin“-Spendenprogramm. Das EBIT nach Sondereffekten betrug daher 94 Mio. € (Vorjahr: 111 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite nach Sondereffekten 15,3% (Vorjahr: 16,0%).

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 2019.

Ausblick 2020

Das Umsatzwachstum wird im Geschäftsjahr 2020 sowohl in den beiden Unternehmensbereichen als auch auf Konzernebene negativ ausfallen. Die EBIT-Umsatzrendite des Konzerns wird signifikant unter Vorjahresniveau erwartet.

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 über 7,7 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, ATRIX, 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 2019.*

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