

Pressemitteilung

Beiersdorf schließt Geschäftsjahr 2021 erfolgreich ab

- Konzern: Umsatz steigt auf 7,6 Mrd. € (organisch +9,7%), EBIT-Marge ohne Sondereffekte erreicht 13,0%
- Unternehmensbereich Consumer: Umsatzwachstum auf 6,1 Mrd. € (organisch +8,8%)
- Unternehmensbereich tesa: Umsatzwachstum auf 1,5 Mrd.€ (organisch +13,6%)
- C.A.R.E.+ Strategie: Wesentliche Fortschritte in den Bereichen Nachhaltigkeit, Innovation, Digitalisierung und Wachstum
- Ausblick 2022: Moderates Umsatzwachstum und EBIT-Marge auf Vorjahresniveau

Hamburg, 1. März 2022 - Die Beiersdorf AG hat das Geschäftsjahr 2021 sehr erfolgreich abgeschlossen. Trotz fortdauernder Herausforderungen aufgrund der Corona-Pandemie stieg der Konzernumsatz organisch um 9,7% auf einen Wert von 7,6 Mrd. €. Damit liegt die organische Umsatzentwicklung über dem Vorkrisenniveau von 2019.

Hohe Investitionen in die Bereiche Nachhaltigkeit, Innovation, Digitalisierung und Wachstum führten dazu, dass sowohl im Unternehmensbereich Consumer als auch im Unternehmensbereich tesa in allen bedeutenden Produktkategorien die Marktanteile ausgebaut und neue Märkte erschlossen werden konnten. Das betriebliche Ergebnis (EBIT) ohne Sondereffekte stieg auf 993 Mio. € (2020: 906 Mio. €). Die EBIT-Marge ohne Sondereffekte auf Konzernebene lag bei 13,0%.

„2021 war für Beiersdorf nicht nur ein finanziell erfolgreiches Geschäftsjahr, sondern auch ein Jahr, in dem wir vielversprechende Weichenstellungen für unsere Zukunft vorgenommen haben“, sagte Vincent Warnery, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG. „In allen Bereichen unserer C.A.R.E.+ Strategie sind wir sehr gut vorangekommen. Wir haben uns neue attraktive Wachstumspotenziale erschlossen, unsere Innovationsfähigkeit gesteigert und wichtige Meilensteine im Rahmen unserer digitalen und nachhaltigen Transformation erreicht - und dies trotz zahlreicher widriger Umstände, die insbesondere durch die Corona-Pandemie und durch höhere Material- und Transportkosten entstanden sind.“

Consumer: Hohe Wachstumsraten in allen Produktbereichen

Im Unternehmensbereich Consumer wurde im Geschäftsjahr 2021 ein Umsatz in Höhe von 6,1 Mrd. € (2020: 5,7 Mrd. €) erwirtschaftet. Dies entspricht einem organischen Wachstum von 8,8% (nominal: 7,5%). Zu diesem Wachstum trug wesentlich das E-Commerce-Geschäft bei, das im Laufe des vergangenen Geschäftsjahres um 32% stieg. Der Online-Anteil am Gesamtumsatz im Unternehmensbereich Consumer liegt mittlerweile bei über 10%. Das EBIT ohne Sondereffekte stieg auf 740 Mio. € (2020: 702 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag bei 12,1%.

Die höchsten Wachstumsraten erzielte das Consumer-Geschäft in Lateinamerika (18,8%) und Nordamerika (13,0%), gefolgt von Märkten in Afrika, Asien und Australien, auf denen die Nachfrage um insgesamt 8,9% gestiegen ist. Aber auch in Ost- und Westeuropa entwickelte sich mit 6,3% bzw. 5,7% das Umsatzwachstum dynamisch.

Die Kernmarke NIVEA verzeichnete 2021 ein organisches Umsatzwachstum von 5,5%. Überaus erfolgreich entwickelte sich dabei die NIVEA LUMINOUS630®-Produktreihe. Sie enthält den von Beiersdorf patentierten Wirkstoff W630, der Pigment- und Altersflecken reduziert. Im vergangenen Jahr wurde die Pflegeserie um weitere Kategorien ergänzt. Besonders in Europa konnte NIVEA durch die erfolgreiche NIVEA LUMINOUS630®-Pflegeserie seine Marktanteile in der Kategorie Face Care signifikant ausbauen.

Die größten Wachstumsraten verzeichnete der Bereich Selektivkosmetik. Die Nachfrage nach La Prairie erhöhte sich um 20,1%. Getrieben war dieses Wachstum von der Erholung des Travel-Retail-Geschäfts, das 2020 am stärksten von der Corona-Pandemie betroffen war. Insbesondere in China sind die Umsätze mit La Prairie überdurchschnittlich gestiegen und lagen zum Ende des Geschäftsjahres weit über dem Vorkrisenniveau von 2019.

Im Bereich Derma setzte sich die erfolgreiche Geschäftsentwicklung fort. Nach einem bereits hohen Umsatzwachstum im Jahr 2020 stiegen die Erträge der Marken Eucerin und Aquaphor im Geschäftsjahr 2021 erneut kräftig an (+19,5 %). Wachstumstreiber waren hier insbesondere die strategisch wichtigen Märkte USA, Deutschland, Lateinamerika und China.

Im Bereich Healthcare, der mit Hansaplast und Elastoplast im Wesentlichen das Pflastergeschäft abbildet, erhöhten sich die Umsätze organisch um 13,7%. Markeneinführungen in der Kategorie Wundversorgung und eine starke Erholung in der Sport-Kategorie wirkten sich besonders positiv auf die Umsatzentwicklung aus.

tesa: Starke Entwicklung jenseits des Vorkrisenniveaus

Der Unternehmensbereich tesa setzte 2021 seinen Wachstumskurs fort, der sich bereits im zweiten Halbjahr 2020 abgezeichnet hatte. Der Umsatz stieg organisch um 13,6% (nominal: 13,1%) auf 1,5 Mrd. €. Zur hohen Nachfrage trug vor allem das Industriegeschäft – und hier insbesondere das Elektronik- und das Automobilgeschäft – bei. Das EBIT ohne Sondereffekte erreichte einen Wert von 253 Mio. € und lag damit deutlich über dem Vorkrisenniveau in 2019 (212 Mio. €). Die EBIT-Marge ohne Sondereffekte erhöhte sich auf 16,9%.

Solide Finanzstruktur

Die sehr gute Entwicklung der Umsatzzahlen in beiden Unternehmensbereichen schlägt sich auch in den zentralen Finanzkennzahlen von Beiersdorf nieder: Das Ergebnis nach Steuern und ohne Sondereffekte stieg auf 699 Mio. € (2020: 636 Mio. €). Das bereinigte Ergebnis je Aktie und ohne Sondereffekte erhöhte sich auf 3,00 € von 2,73 €. Darüber hinaus verfügte Beiersdorf im Jahr 2021 über eine Nettoliquidität in Höhe von 5.066 Mio.€ und ein Eigenkapital in Höhe von 6.894 Mio.€.

„Mit der Entwicklung unserer zentralen Finanzkennzahlen sind wir sehr zufrieden“, sagte Astrid Hermann, Finanzvorständin der Beiersdorf AG. „Wir konnten die Profitabilität des Konzerns steigern und unsere hohe Resilienz gegenüber den turbulenten Entwicklungen, die im Zuge der Corona-Pandemie entstanden sind, unter Beweis stellen. Trotz steigender Material- und Transportkosten und hohen Investitionen, die wir im Rahmen von C.A.R.E.+ erneut geleistet haben, ist die Brutto-Marge weitgehend konstant geblieben.“

C.A.R.E.+ : Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Innovation und Wachstum im Fokus

2021 sind in der Umsetzung der Strategie C.A.R.E.+ weitere wichtige Meilensteine erreicht worden. Hierzu zählten beispielsweise der Ausbau der erfolgreichen Pflegeserie NIVEA LUMINOUS630® in Europa, die erfolgreiche Integration der Marke Coppertone, die Übernahme der Prestigekosmetikmarke Chantecaille, der zunehmende Einsatz digitaler Technologien zur Marktbearbeitung und der weitere Ausbau der Innovationsfähigkeit durch den Aufbau eines globalen Forschungs- und Entwicklungsnetzwerkes.

Darüber hinaus setzte Beiersdorf im vergangenen Geschäftsjahr seine Nachhaltigkeitsagenda „Care Beyond Skin“ konsequent weiter um, auch auf Produktebene. Dies betrifft sowohl die Entwicklung neuer Produkte als auch die Optimierung bestehender Sortimente. So wurden 2021 die ersten klimaneutralisierten NIVEA Produkte auf den Markt gebracht. Dieses Jahr sollen weitere folgen. Auch im Hinblick auf die Klimaziele konnte Beiersdorf erhebliche Fortschritte erreichen und seine absoluten Scope-1- bis Scope-3-Emissionen um 12,7 % gegenüber dem Basisjahr 2018 reduzieren. Beiersdorf hat sich 2020 zu besonders ambitionierten Klimazielen verpflichtet. Bis 2025 soll eine absolute Reduktion der Scope-1-, Scope-2- und Scope-3-Emissionen um 30 % (im Vergleich zu 2018) erreicht werden.

Optimistischer Ausblick

Aufgrund der immer noch anhaltenden COVID-19 Herausforderungen in weiten Teilen der Welt und der daraus resultierenden außergewöhnlich hohen Unsicherheit hinsichtlich der Zukunftsaussichten für die Geschäftsentwicklung, ist die Prognosefähigkeit wesentlich beeinträchtigt.

Unabhängig von dem Wachstum des Hautpflegemarkts geht Beiersdorf weiterhin davon aus, ein über dem Markt liegendes Wachstum zu erzielen. Der Konzern erwartet für den globalen Hautpflegemarkt eine anhaltende Verbesserung im Jahr 2022.

Unter dieser Annahme geht der Konzern für das Consumer-Geschäft von einem Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich aus. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte wird im Unternehmensbereich Consumer leicht über dem Vorjahresniveau erwartet.

Unter der gleichen Unsicherheit in Bezug auf die Marktentwicklung 2022 erwartet Beiersdorf auch für das Geschäft mit tesa ein über dem Markt liegendes Umsatzwachstum. Das Umsatzwachstum wird somit im mittleren einstelligen Bereich liegen. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte wird deutlich unter Vorjahr liegen.

Der Konzern geht 2022 von einem Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich aus. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte wird für den Konzern auf Vorjahresniveau erwartet.

Die Geschäftszahlen 2021 im Überblick

KONZERN

		2020	2021	Entwicklung in % nominal / organisch
Umsatz	(in Mio. €)	7.025	7.627	+8,6 / +9,7
Consumer	(in Mio. €)	5.700	6.129	+7,5 / +8,8
tesa	(in Mio. €)	1.325	1.498	+13,1 / +13,6
Betriebliches Ergebnis (EBIT)*	(in Mio. €)	906	993	+ 9,6
Consumer*	(in Mio. €)	702	740	+ 5,4
tesa*	(in Mio. €)	204	253	+ 24,0
EBIT-Umsatzrendite*	(in %)	12,9	13,0	+ 10 BP
Consumer*	(in %)	12,3	12,1	- 20 BP
tesa*	(in %)	15,4	16,9	+150 BP
Ergebnis nach Steuern*	(in Mio. €)	636	699	+ 9,9
Gewinn je Aktie*	(in €)	2,73	3,00	+ 9,9
Dividende je Aktie	(in €)	0,70	0,70	
Nettoliquidität	(in Mio. €)	4.690	5.066	+ 8,0
Eigenkapital	(in Mio. €)	6.263	6.894	+ 10,1
Verhältnis Working Capital zu Umsatz (Consumer, fortlaufend über 12 Monate)*	(in %)	8,9	5,3	- 360 BP
Mitarbeitende	(Anzahl am 31.12.)	20.306	20.567	

* Ohne Sondereffekte.

Über die Beiersdorf AG

Beiersdorf steht seit fast 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 2021 einen Umsatz von 7.627 Mio. Euro sowie ein betriebliches Ergebnis (EBIT) von 933 Mio. 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 2020.

Weitere Informationen finden Sie unter www.beiersdorf.de.

[Twitter](#)
[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