

# Pressemitteilung

## **Beiersdorf 2022: Zweistelliges Umsatzwachstum - größtes Plus seit 20 Jahren**

- Konzern: Umsatz steigt auf 8,8 Mrd. € (+10,2 % organisch), EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte bei 13,2 %
- Geschäftsbereich Consumer: Umsatz erhöht sich auf 7,1 Mrd. € (+10,5 % organisch)
- Breit angelegtes Wachstum bei allen Marken: NIVEA +9,6 %, Derma +23,9 %, La Prairie +1,9 %, Healthcare +13,1 %
- Geschäftsbereich tesa: Umsatz steigt auf 1,7 Mrd. € (+8,8 % organisch)
- Ausblick 2023: Profitables Wachstum - organisches Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich bei Margensteigerung von 50 Basispunkten im Unternehmensbereich Consumer

**Hamburg, 1. März 2023** - Beiersdorf hat 2022 trotz des volatilen Marktumfelds eines der erfolgreichsten Geschäftsjahre seiner jüngeren Geschichte verzeichnet. Der Umsatz wuchs organisch um 10,2 % auf 8,8 Mrd. € (Vorjahr: 7,6 Mrd. €). Gleichzeitig verbesserte der Konzern sein Betriebsergebnis (EBIT) ohne Sondereffekte deutlich auf 1,2 Mrd. € (Vorjahr: 993 Mio. €). Dies entspricht einer EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte von 13,2 % (Vorjahr: 13,0 %).

Vincent Warnery, Vorstandsvorsitzender von Beiersdorf: „2022 war ein herausragendes Jahr für Beiersdorf mit bemerkenswerten Ergebnissen in den beiden Unternehmensbereichen Consumer und tesa. Zum ersten Mal seit zwei Jahrzehnten verzeichnen wir ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum. Ausgeglichen entwickelten sich dabei unsere wichtigsten Wachstums- und Renditetreiber: das Geschäft mit NIVEA in Europa und in den Emerging Markets, unser Derma-Geschäft sowie das Luxus-Segment mit La Prairie. Ich freue mich außerdem, dass Eucerin und Aquaphor drei Jahre früher als erwartet einen großen Meilenstein erreicht haben und erstmals einen nominalen Umsatz von mehr als einer Milliarde Euro erzielten. Das gute Ergebnis und das profitable Wachstum erfüllen uns mit Stolz, gerade weil 2022 in vielerlei Hinsicht auch ein herausforderndes Jahr war. Dank der konsequenten Umsetzung unserer C.A.R.E.+ Strategie und unseres ausgeglichenen Portfolios können wir mit mehr Sicherheit und Zuversicht in die Zukunft gehen.“

## **Consumer: Starkes, breit angelegtes Wachstum steigert Profitabilität**

Der Unternehmensbereich Consumer verzeichnete einen außerordentlichen, zweistelligen organischen Umsatzzuwachs von 10,5 %. Nominal stieg der Umsatz um 16,3 % auf 7,1 Mrd. € (Vorjahr: 6,1 Mrd. €). Günstige Wechselkurs- und Struktureffekte wirkten positiv auf das nominale Wachstum. Beiersdorf gelang es, dank konsequenter Pricing-Initiativen und striktem Kostenmanagement, einen Großteil der zusätzlichen Input-Kosten zu kompensieren. Damit erreichte der Konzern die prognostizierte leichte Steigerung der Umsatzrendite im Unternehmensbereich Consumer. Das EBIT ohne Sondereffekte im Unternehmensbereich Consumer stieg von 740 Mio. € auf 880 Mio. €, die EBIT-Marge verbesserte sich entsprechend auf 12,3 % (Vorjahr: 12,1 %).

Im Unternehmensbereich Consumer trugen alle Regionen und Marken zum Wachstum bei. Beiersdorf gewann auf jedem Kontinent Marktanteile, angeführt von der Marke NIVEA und dem Derma-Geschäft. In allen Regionen entwickelten sich die organischen Umsatzwachstumsraten positiv, insbesondere in der Region Amerika (23,2 %) und der Region, die Afrika, Asien, Australien umfasst (10,2 %). Auch in Europa erzielte der Unternehmensbereich trotz des anhaltenden Krieges in Osteuropa ein gutes Umsatzwachstum (5,0 %).

Die Kernmarke **NIVEA** wuchs 2022 organisch 9,6 % gegenüber dem Vorjahr. Beide Geschäftsbereiche, Haut- und Körperpflege, verzeichneten deutliches Wachstum. Das starke, breit angelegte Umsatzwachstum basierte auf Marktanteilsgewinnen in allen Regionen und in fast allen Hauptkategorien. NIVEA erwirtschaftete ein ausgeglichenes preis- und volumenbasiertes Umsatzwachstum. Obwohl das Wachstum durch Preiserhöhungen im Jahresverlauf quartalsweise anstieg, konnte NIVEA für das Gesamtjahr einen positiven Mengenbeitrag verzeichnen. Zurückzuführen war dies insbesondere auf die Region Emerging Markets und einen gesunden Mix aus Kernprodukten und starken Innovationen wie die Produktreihe NIVEA CELLULAR LUMINOUS630®.

Die Derma-Marken **Eucerin** und **Aquaphor** entwickelten sich mit einem organischen Umsatzwachstum von 23,9 % äußerst stark. Nominal stieg der Umsatz von 790 Mio. € auf 1 Mrd. €. Ein stark beschleunigtes Wachstum wurde in allen Kategorien und Regionen erzielt, insbesondere aber im Schlüsselmarkt USA sowie in Lateinamerika und China. Die Kategorie Gesichtspflege und insbesondere die Unterkategorien Anti-Pigment und Akne waren die wichtigsten Wachstumstreiber bei Eucerin. Hier trugen Erweiterungen der erfolgreichen Thiamidol-Reihe zum Erfolg bei. Darüber hinaus leistete die Kategorie Sonnenschutz unterstützt durch die Markteinführung von Eucerin Sun in den USA und dem Erfolg von Produktneuheiten einen Beitrag zum überdurchschnittlichen Wachstum. Auch das E-Commerce-Geschäft wuchs kräftig um 29 %.

**La Prairie**, die Luxusmarke von Beiersdorf, steigerte den Umsatz organisch um 1,9 %. Nominal wuchs der Umsatz von 599 Mio. € auf 655 Mio. €. Dieses Ergebnis ist vor allem auf die Erholung des wichtigen Reiseeinzelhandelsgeschäfts und den Aufschwung des stationären Geschäfts in Nordamerika zurückzuführen, während der lokale Markt in China durch die Covid-19-Restriktionen stark herausgefordert wurde. Die Umsätze in den europäischen Ländern erholten sich. Die jüngste Produkteinführung Skin Caviar Harmony zeigte in allen Märkten hervorragende Ergebnisse.

Das **Healthcare**-Geschäft, das im Wesentlichen das Pflastergeschäft von Hansaplast und Elastoplast umfasst, verzeichnete ein organisches Umsatzwachstum von 13,1 % und erreichte einen Umsatz von 261 Mio. € (Vorjahr: 225 Mio. €). Das zweistellige Wachstum, erzielt in allen wichtigen Märkten, war auf die starke und konsequente Implementierung von Markeninnovationen zurückzuführen, unter anderem nachhaltige Pflaster im Bereich Wundversorgung.

## tesa mit anhaltend signifikantem Wachstum

Nach einem erfolgreichen Geschäftsjahr 2021 erzielte tesa auch 2022 trotz des weltweit schwierigen Marktumfelds einen starken Umsatz in Höhe von 1,7 Mrd. € (Vorjahr: 1,5 Mrd. €). Dies entspricht einem nominalen Anstieg von 11,3 % und einem organischen Anstieg von 8,8 %. Der Umsatz im Bereich tesa Industry legte um 10,0 % deutlich zu. Neben einem erfolgreichen Projektgeschäft in den Bereichen Consumer Electronics und in Folge der Erholung in den Automotive Märkten trugen Preiserhöhungen

in signifikantem Umfang zu dieser Entwicklung bei und konnten die erheblichen Inputkostensteigerungen größtenteils abfedern. Der Bereich tesa Consumer wuchs in einem rückläufigen Markt organisch um 5,1 %, was auf innovative Produkte und Preissteigerungen zurückzuführen war. 2022 investierte tesa weiter in seine strategischen Säulen Innovation, Nachhaltigkeit und Digital, um das Geschäft auf künftiges Wachstum vorzubereiten. Dies resultierte in einem leichten Rückgang der EBIT-Marge ohne Sondereffekte um 20 Basispunkte. Das EBIT ohne Sondereffekte im Unternehmensbereich tesa stieg 2022 auf insgesamt 278 Mio. € (Vorjahr: 253 Mio. €), die EBIT-Marge betrug 16,7 % (Vorjahr: 16,9 %).

## Starke Umsetzung der Strategie C.A.R.E.+

Im Rahmen der Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN erzielte Beiersdorf 2022 erhebliche Fortschritte, das selbst gesteckte ambitionierte Klimaziel zu erreichen. Das Unternehmen strebt an, die absoluten Scope-1-, -2- und -3-Emissionen im Vergleich zu 2018 bis 2025 um 30 % zu reduzieren. Der Konzern reduzierte im Geschäftsjahr 2022 seine absoluten Scope-1-, -2- und -3-Emissionen um 17 %. Erst kürzlich wurde Beiersdorf von Carbon Disclosure Project (CDP), einer gemeinnützigen Umweltorganisation, als eines von nur 13 Unternehmen weltweit mit einem Triple-A-Rating ausgezeichnet. CDP bewertete damit den Einsatz für den Schutz von Klima, Wasser und Wald jeweils mit der Bestnote „A“.

Durch die Erschließung neuer White Spots konnte Beiersdorf weltweit seine Marktpositionierung stärken. 2022 betrat das Unternehmen mit Eucerin Sun Produkten den größten Sonnenschutzmarkt der Welt, die USA. Zusätzlich übernahm Beiersdorf 2022 Chantecaille. Mit der Übernahme der Premium-Hautpflegemarke möchte Beiersdorf sein Wachstum in der Prestige-Kosmetik weiter ankurbeln. Darüber hinaus erwarb Beiersdorf eine Mehrheitsbeteiligung an S-Biomedic, um seine Expertise im Bereich der Akne-Behandlung und Haut-Mikrobiom-Forschung auszubauen.

Nach Vorbereitungen Ende 2022 übernahm Beiersdorf zu Jahresbeginn sämtliche Anteile an der indonesischen Tochtergesellschaft P.T. Beiersdorf Indonesia. Durch den Erwerb der verbleibenden 20% der Anteile, die zuvor der indonesische Joint-Venture-Partner P.T. Tempo Scan Pacific Tbk hielt, wurde Beiersdorf Indonesia zu einer 100%igen Tochtergesellschaft. Beiersdorf ist damit in einer hervorragenden Position, das große Potenzial Indonesiens, einem der größten und am schnellsten wachsenden Hautpflegemärkte der Welt, für sich zu erschließen.

## Ausblick: Profitables Wachstum – Beiersdorf rechnet 2023 mit Umsatzwachstum und Margensteigerung

Beiersdorf rechnet für das Gesamtjahr 2023 für den Unternehmensbereich Consumer mit einem organischen Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich. Bei der EBIT-Marge ohne Sondereffekte strebt das Unternehmen an, das Niveau des Vorjahres voraussichtlich um 50 Basispunkte zu übertreffen, was der mittelfristigen Zielsetzung für profitables Wachstum im Unternehmensbereich Consumer entspricht.

Für tesa rechnet Beiersdorf mit einem Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich. Die EBIT-Marge ohne Sondereffekte wird weiterhin von anhaltenden Investitionen in die strategischen Säulen von

tesa - Innovation, Digital und Nachhaltigkeit - belastet. Entsprechend wird mit einer EBIT-Marge leicht unterhalb des Niveaus des Vorjahres gerechnet.

Basierend auf diesen Prognosen für die beiden Unternehmensbereiche liegt das organische Umsatzwachstum des Konzerns voraussichtlich im mittleren einstelligen Bereich. Die EBIT-Marge ohne Sondereffekte im Konzern wird das Niveau des Vorjahres voraussichtlich leicht übertreffen.

## 2022 auf einen Blick

		2021	2022
<b>Umsatz Konzern</b>	<b>(in Mio. €)</b>	<b>7.627</b>	<b>8.799</b>
Veränderung (organisch)	(in %)	9,7	10,2
Veränderung (nominal)	(in %)	8,6	15,4
<b>Umsatz Consumer</b>	<b>(in Mio. €)</b>	<b>6.129</b>	<b>7.131</b>
Veränderung (organisch)	(in %)	8,8	10,5
Veränderung (nominal)	(in %)	7,5	16,3
<b>Umsatz tesa</b>	<b>(in Mio. €)</b>	<b>1.498</b>	<b>1.668</b>
Veränderung (organisch)	(in %)	13,6	8,8
Veränderung (nominal)	(in %)	13,1	11,3
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)</b>	<b>(in Mio. €)</b>	<b>993</b>	<b>1.158</b>
<b>EBIT-Marge (ohne Sondereffekte)</b>	<b>(in %)</b>	<b>13,0</b>	<b>13,2</b>
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	(in Mio. €)	933	1.092
EBIT-Umsatzrendite	(in %)	12,2	12,4
Jahresüberschuss	(in Mio. €)	655	771
Umsatzrendite nach Steuern	(in %)	8,6	8,8
Ergebnis je Aktie	(in €)	2,81	3,33
Dividendensumme	(in Mio. €)	159	159
Dividende je Aktie	(in €)	0,70	0,70
<b>Brutto-Cashflow</b>	<b>(in Mio. €)</b>	<b>897</b>	<b>1.084</b>
<b>Investitionen<sup>1</sup></b>	<b>(in Mio. €)</b>	<b>413</b>	<b>1.137</b>
<b>Aufwendungen für Forschung und Entwicklung</b>	<b>(in Mio. €)</b>	<b>268</b>	<b>291</b>
<b>Mitarbeiter</b>	<b>(Anzahl am 31.12.)</b>	<b>20.567</b>	<b>21.401</b>

<sup>1</sup> Angabe umfasst die Investitionen in die immateriellen Vermögenswerte sowie Sachanlagen inklusive Akquisitionen.

## Über die Beiersdorf AG

Beiersdorf steht seit mehr als 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 2022 einen Umsatz von 8,8 Mrd. Euro sowie ein betriebliches Ergebnis (EBIT) von 1,2 Mrd. Euro. Beiersdorf beschäftigt weltweit über 20.000 Mitarbeiter\*innen, 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 2021.

Weitere Informationen unter [www.beiersdorf.de](http://www.beiersdorf.de).

[Twitter](#)

[YouTube](#)

[LinkedIn](#)

[Xing](#)

## Kontakt

Corporate Communications  
Anke Schmidt  
Tel.: +49 40 4909- 2001  
E-Mail: [cc@beiersdorf.com](mailto:cc@beiersdorf.com)

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