

Pressemitteilung

Jahresergebnisse 2023

Beiersdorf mit Rekordumsatz 2023: Am schnellsten wachsendes Unternehmen der Beauty-Branche

- Konzern: Umsatz erreicht mit 9,5 Mrd. € Rekordhöhe (+10,8 % organisch), EBIT-Marge ohne Sondereffekte bei 13,4 %
- Unternehmensbereich Consumer: Im zweiten Jahr in Folge zweistelliges Umsatzwachstum auf 7,8 Mrd. € (+12,5 % organisch)
- Starkes, breit angelegtes Wachstum: +16,2 % bei NIVEA, +24,0 % bei Derma und +4,2 % bei Healthcare gleichen Umsatzeinbußen von La Prairie (-15,4 %) und Chantecaille (-18,4 %) aus
- NIVEA: Rekordjahr mit 5,2 Mrd. € Umsatz, zweistelliges Wachstum in allen Regionen und Kategorien
- Unternehmensbereich tesa: Umsatz in herausforderndem Marktumfeld bei 1,7 Mrd. € (+3,2 % organisch)
- Vorgeschlagene Erhöhung der Dividende für 2023 um 43 % auf 1,00 €, Aktienrückkaufprogramm im Umfang von bis zu 500 Mio. € geplant
- Ausblick 2024: Organisches Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich bei einer EBIT-Marge leicht über dem Vorjahresniveau

Hamburg, 29. Februar 2024 - Die Beiersdorf AG hat im Geschäftsjahr 2023 ihren Wachstumskurs der vergangenen Jahre fortgesetzt. Der Konzernumsatz stieg organisch um 10,8 % und erreichte einen Rekordwert von 9,5 Mrd. €. Trotz erheblicher Investitionen stieg das Betriebsergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte) im vergangenen Geschäftsjahr von 1.158 Mio. € auf 1.268 Mio. € und führte zu einer verbesserten EBIT-Umsatzrendite von 13,4 % (2022: 13,2 %).

Vincent Warnery, Vorstandsvorsitzender von Beiersdorf: „Wir haben unseren bemerkenswerten Wachstumskurs der vergangenen Jahre fortgesetzt und in einem schwierigen Marktumfeld erneut ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum erzielt. Damit sind wir weltweit das am schnellsten wachsende Beauty-Unternehmen im Jahr 2023 und haben das Versprechen eines profitablen Wachstums gehalten. NIVEA ist in allen Regionen und Kategorien beeindruckend gewachsen und hat einen Rekordumsatz von über 5 Mrd. € erzielt. Die strategische Neuausrichtung des NIVEA-Geschäftsmodells hin zu einem globaleren und digitaleren Ansatz zeigt die gewünschten Ergebnisse und schafft die Grundlage für weiteres Wachstum. Auch unser Derma-Geschäft legte um 24 % zu und verzeichnete mit den Marken Eucerin und Aquaphor im dritten Jahr in Folge ein zweistelliges Wachstum. Dieser Erfolg bestärkt uns in unserer Vision, das beste Hautpflegeunternehmen der Welt zu werden – eine Vision, die kontinuierliche Fortschritte erfordert. 2023 war daher auch geprägt von bedeutenden strategischen Investitionen in unsere digitale und physische Infrastruktur, in unsere Innovationskraft, in unsere Nachhaltigkeitsagenda und in unsere Mitarbeitenden. Dank dieser Maßnahmen werden wir auch in Zukunft ein starkes Wachstum erzielen können.“

Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung von Beiersdorf planen Vorstand und Aufsichtsrat, die Dividende für das Geschäftsjahr 2023 zu erhöhen. Mit einer deutlichen Steigerung von 43 % gegenüber

dem Vorjahr werden sie der Hauptversammlung am 18. April 2024 eine Dividende von 1,00 € je dividendenberechtigter Aktie vorschlagen. Gleichzeitig wird Beiersdorf ein Aktienrückkaufprogramm im Umfang von bis zu 500 Mio. € starten.

Consumer: Anhaltendes zweistelliges Wachstum und Rekordumsätze steigern Profitabilität

Der Unternehmensbereich Consumer erzielte 2023 einen Umsatz in Höhe von 7,8 Mrd. € (Vorjahr: 7,1 Mrd. €) und erreichte so ein zweistelliges organisches Wachstum von 12,5 %. Ausschlaggebend für diesen Erfolg waren ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Mengen- und Preisgestaltung sowie ein effizientes Kostenmanagement. Getragen wurde die Entwicklung auch durch den anhaltenden Erfolg des E-Commerce-Geschäfts, das sich 2023 mit einem Wachstum von 19 % besser entwickelte als der Markt. Beiersdorf erzielte in fast allen Regionen zweistellige Wachstumsraten, wobei die Teilregion Lateinamerika mit 25,6 % das höchste Wachstum verzeichnen konnte. Insgesamt stieg die EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) im Unternehmensbereich Consumer um 60 Basispunkte auf 12,9 % an. Das EBIT (ohne Sondereffekte) erhöhte sich auf 1.002 Mio. € (Vorjahr: 880 Mio. €).

Die Beiersdorf-Markenikone **NIVEA** - einschließlich Labello - erzielte das beste Ergebnis dieses Jahrhunderts und überstieg erstmals in ihrer Geschichte die Umsatzmarke von 5 Mrd. €. Ein nominaler Umsatz von 5,2 Mrd. € im Jahr 2023 bedeutet ein organisches Wachstum von 16,2 %. Alle Regionen und Kategorien trugen mit zweistelligen Wachstumsraten zu diesem Ergebnis ebenso bei wie das starke E-Commerce-Geschäft, in dem NIVEA 2023 Marktanteile gewinnen konnte. Ein starker Wachstumstreiber für NIVEA war die Kategorie Gesichtspflege: Hier steigerte die Marke ihren Umsatz organisch um 18 % im Vergleich zum Vorjahr und übertraf den Markt mit der sehr erfolgreichen Luminous-Serie, die 2023 auch auf neue Kategorien ausgeweitet wurde.

Das **Derma**-Geschäft mit den Marken Eucerin und Aquaphor setzte seine beeindruckende Erfolgsgeschichte mit einem organischen Umsatzwachstum von 24,0 % fort. Der nominale Umsatz stieg auf 1,3 Mrd. €. Dieses Ergebnis ist vor allem auf die weltweit überdurchschnittliche Entwicklung der Sonnenpflegeprodukte, den weiteren Ausbau des E-Commerce-Geschäfts, die Beliebtheit der Produkte mit dem Hauptwirkstoff Thiamidol sowie den Erfolg des Portfolios in Lateinamerika, im Nahen Osten und in Afrika zurückzuführen. Darüber hinaus erzielte Aquaphor in den USA 2023 sowohl beim organischen als auch beim nominalen Umsatz sein bislang bestes Ergebnis.

Das **Healthcare**-Geschäft, das hauptsächlich die Pflastermarken Hansaplast und Elastoplast umfasst, verzeichnete ein organisches Umsatzwachstum von 4,2 % und erzielte einen Umsatz von 267 Mio. €. Dieser Anstieg wurde durch den Erfolg von Großpflastern für die postoperative Wundversorgung und mehrere Markeninnovationen in der Kategorie Wundversorgung getragen. Das Wachstum wurde in allen wichtigen Märkten erzielt und insbesondere durch die starke Performance in der Region Emerging Markets vorangetrieben. Hansaplast baute damit seine führende Marktposition mit kontinuierlichen Marktanteilsgewinnen aus.

Bei den **Luxus- und Selektivmarken** La Prairie und Chantecaille war Beiersdorf mit einem schwierigen Marktumfeld im Reiseeinzelhandel und auf dem chinesischen Festland konfrontiert. Dies führte im abgelaufenen Geschäftsjahr zu einem organischen Umsatzrückgang von 15,4 % bei La Prairie sowie von 18,4 % bei Chantecaille. Aufgrund der Marktbedingungen wurde entschieden, das Jahr 2023 als Übergangsjahr zu nutzen, um die Bestände zu bereinigen und die Lagerbestände beider Marken zu normalisieren. Beiersdorf will mit beiden Marken 2024 wieder auf den Wachstumspfad zurückkehren -

durch optimierte Lagerbestände, Produktinnovationen, ein verbessertes Social-Commerce-Angebot und den Ausbau des Reiseeinzelhandelsgeschäfts.

tesa: Ausgewogenes Wachstum

Der Unternehmensbereich tesa erzielte im Geschäftsjahr 2023 ein leichtes Wachstum und einen Umsatz von 1,7 Mrd. €, was einem organischen Wachstum von 3,2 % entspricht.

Haupttreiber dieser positiven Entwicklung war die Industry-Sparte mit einem organischen Umsatzwachstum von 3,7 %. Innovationen im Bereich der E-Mobilität und bei Display-Anwendungen trugen zum zweistelligen organischen Umsatzwachstum des Automobilgeschäfts im Jahr 2023 bei. Aufgrund einer starken Beschleunigung in der zweiten Jahreshälfte und eines sich leicht erholenden chinesischen Marktes verzeichnete das Elektronikgeschäft ein solides organisches Umsatzwachstum für das Gesamtjahr. Die Consumer-Sparte wuchs organisch um 2,5 %, angetrieben durch erfolgreiche Markteinführungen trotz eines herausfordernden Marktumfelds in Europa und Lateinamerika.

Das EBIT (ohne Sondereffekte) sank auf 266 Mio. €, was zu einem Rückgang der EBIT-Umsatzrendite um 70 Basispunkte auf 16,0 % führte (2022: 16,7 %).

Bereit für die Zukunft – und bereit, das beste Hautpflegeunternehmen zu werden

Beflügelt vom Erfolg der vergangenen Jahre und mit dem Ziel, die Expansion in den kommenden Jahren fortzuführen, hat Beiersdorf 2023 erhebliche Investitionen vorgenommen, um für die Zukunft gerüstet zu sein und das beste Hautpflegeunternehmen der Welt zu werden.

2023 hat Beiersdorf umfangreich in seine globale Lieferkette und digitale Infrastruktur investiert. Mit fast 300 Mio. € ist der neue Standort in Leipzig die größte Investition, die Beiersdorf jemals in einen Produktionsstandort getätigt hat. Das Werk mit einer Kapazität von bis zu 450 Millionen Einheiten pro Jahr erfüllt höchste Umwelt- und Technologiestandards und hat im September 2023 die Produktion aufgenommen. Die Erweiterung und Modernisierung der Werke in Poznań (Polen) und Silao (Mexiko) wird ebenfalls im Laufe des Jahres 2024 abgeschlossen sein. Ein Meilenstein für die globale digitale Infrastruktur war die nahtlose Umstellung auf die neueste SAP-Technologie für alle weltweiten Tochtergesellschaften – ein Schritt, der die effiziente digitale Transformation bei Beiersdorf vorantreibt. Die Implementierung des hochmodernen Systems SAP S/4HANA ebnet den Weg für schnellere, stärker standardisierte und automatisierte globale Geschäftsprozesse.

Um die Zukunftsfähigkeit zu sichern, hat Beiersdorf zudem zahlreiche Aktivitäten zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN angestoßen. Zum zweiten Mal in Folge erhielt der Konzern das Triple-A-Rating der renommierten Non-Profit-Organisation CDP, die ihn mit dieser Best-in-Class-Bewertung für seine Anstrengungen bei Zielen, Leistung und Transparenz in den drei Dimensionen Klimawandel, Wald- und Wassersicherheit auszeichnete. Beiersdorf ist eines von nur 10 Unternehmen weltweit, die diese Nachhaltigkeitsauszeichnung erhalten haben – bewertet wurden mehr als 21.000 Unternehmen. Die Beiersdorf-Gruppe hat nun ihr ehrgeiziges Netto-Null-Ziel bekannt gegeben, das die Science-Based Targets Initiative (SBTi) als mit dem 1,5-Grad-Pfad vereinbar validiert hat: Beiersdorf will Netto-Null erreichen und seine Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette bis 2045 um 90 % reduzieren.

2023 eröffnete das Unternehmen auch den Beiersdorf Campus in Hamburg: 250 Mio. € flossen in die neue, 51.000 Quadratmeter große Unternehmenszentrale. Die Mitarbeitenden haben dieses neue globale Herzstück von Beiersdorf maßgeblich mitgestaltet – sie nahmen Einfluss auf die moderne und nachhaltige Arbeitsumgebung, bei der die Zukunft der Arbeit, das Wohlbefinden der Mitarbeitenden und der Austausch von Ideen im Mittelpunkt stehen.

Wichtig ist für Beiersdorf auch, das kulturelle Arbeitsumfeld kontinuierlich zu verbessern. 2021 verpflichtete sich das Unternehmen, bis 2025 weltweit ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis von 50:50 auf allen Führungsebenen zu erreichen. Im September 2023 lag der Anteil von Frauen in Führungspositionen bereits bei 50,3 % – damit hat Beiersdorf dieses Ziel 18 Monate früher erreicht als geplant.

Ausblick: Weiteres profitables Wachstum – Beiersdorf erwartet ein über dem Markt liegendes Umsatzwachstum und die nächste Stufe der Margenexpansion im Jahr 2024

Für 2024 erwartet Beiersdorf ein über dem Markt liegendes Umsatzwachstum. Für den Unternehmensbereich Consumer rechnet der Konzern mit einem organischen Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich. Die EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) wird voraussichtlich 50 Basispunkte über dem Vorjahreswert liegen und entspricht damit dem mittelfristigen Ziel, im Unternehmensbereich Consumer weiter profitabel zu wachsen.

Für den Unternehmensbereich tesa erwartet Beiersdorf 2024 ein organisches Umsatzwachstum im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich, vorbehaltlich einer unsicherer Marktentwicklung. Die EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) wird voraussichtlich auf dem Niveau des Vorjahres liegen.

Auf Basis dieser Prognosen für die beiden Unternehmensbereiche prognostiziert der Konzern ein organisches Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich und eine leicht über dem Vorjahr liegende EBIT-Marge (ohne Sondereffekte).

2023 auf einen Blick

		2022	2023
Umsatz Konzern	(in Mio. €)	8.799	9.447
Veränderung (organisch)	(in %)	10,2	10,8
Veränderung (nominal)	(in %)	15,4	7,4
Umsatz Consumer	(in Mio. €)	7.131	7.780
Veränderung (organisch)	(in %)	10,5	12,5
Veränderung (nominal)	(in %)	16,3	9,1
Umsatz tesa	(in Mio. €)	1.668	1.667
Veränderung (organisch)	(in %)	8,8	3,2
Veränderung (nominal)	(in %)	11,3	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	(in Mio. €)	1.158	1.268
EBIT-Marge (ohne Sondereffekte)	(in %)	13,2	13,4
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	(in Mio. €)	1.092	1.105
EBIT-Umsatzrendite	(in %)	12,4	11,7
Jahresüberschuss	(in Mio. €)	771	749
Umsatzrendite nach Steuern	(in %)	8,8	7,9
Ergebnis je Aktie	(in €)	3,33	3,24
Dividendensumme	(in Mio. €)	159	227
Dividende je Aktie	(in €)	0,70	1,00
Brutto-Cashflow	(in Mio. €)	1.084	1.057
Investitionen¹	(in Mio. €)	1.137	517
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	(in Mio. €)	291	320
Mitarbeitende	(Anzahl am 31.12.)	21.401	21.958

¹ Die Zahlen umfassen Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen einschließlich Akquisitionen.

Über die Beiersdorf AG

Beiersdorf steht seit 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 2023 einen Umsatz von 9,5 Mrd. € sowie ein betriebliches Ergebnis (EBIT) von 1,3 Mrd. €. Beiersdorf beschäftigt weltweit mehr als 20.000 Mitarbeitende, die durch gemeinsame Werte, eine starke Unternehmenskultur und den Beiersdorf Purpose Care Beyond Skin verbunden sind. Mit seiner Geschäftsstrategie 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 nach Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2022

Weitere Informationen

FUTURE.READY. Ergänzend zu den Jahresergebnissen finden Sie [hier](#) den heute veröffentlichten Beiersdorf Geschäftsbericht 2023.

Die entsprechenden Bilder von Vincent Warnery, CEO, und Astrid Hermann, CFO, zur Verwendung in der Presse finden Sie [hier](#).

Weitere Informationen über Beiersdorf finden Sie unter: www.beiersdorf.de

[LinkedIn](#)

[Instagram](#)

[YouTube](#)

Kontakt

Unternehmenskommunikation
Anke Schmidt
Telefon: +49 40 4909-2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com

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