

Pressemitteilung

Jahresergebnis 2025: Beiersdorf wächst trotz Marktabschwächung, Derma entwickelt sich überdurchschnittlich

- Konzernumsatz bei 9,9 Mrd. € (organisch +2,4 %), EBIT-Marge ohne Sondereffekte steigt auf 14,0 %
- Consumer-Umsatz erreicht 8,2 Mrd. € (organisch +2,5 %), getragen von zweistelligem Derma-Wachstum im fünften Jahr in Folge
- NIVEA +0,9 %, Derma +11,7 %, Health Care +9,3 %, La Prairie -4,5 %
- Strategische Neujustierung bei NIVEA schreitet voran; klarer Fokus für 2026
- Beiersdorf bleibt das am schnellsten wachsende Hautpflegeunternehmen und übertrifft dabei zentrale Wettbewerber
- tesa erzielt Umsatz von 1,7 Mrd. € in herausforderndem Marktumfeld (organisch +1,8 %)
- Beiersdorf kündigt Aktienrückkaufprogramm von bis zu 750 Mio. € über die kommenden zwei Jahre an
- Konzernprognose für 2026: flache bis leicht wachsende organische Umsatzentwicklung, EBIT-Marge (ohne Sondereffekte) leicht unter Vorjahr

Hamburg, 2. März 2026 – Beiersdorf schließt das Geschäftsjahr 2025 in einem anspruchsvollen Marktumfeld mit soliden Ergebnissen ab. Das Unternehmen schnitt erneut besser ab als der Markt, gestützt durch die starke Geschäftsentwicklung in den Bereichen Derma und Health Care. Die Maßnahmen zur strategischen Neujustierung bei der größten Beiersdorf Marke NIVEA schreiten voran. Der Konzernumsatz erreichte 9,9 Mrd. €, bei einem organischen Wachstum von 2,4 %. Die Profitabilität verbesserte sich weiter positiv und führte zu einem EBIT ohne Sondereffekte von 1,4 Mrd. €. Dank konsequenter Kostendisziplin und einer verbesserten operativen Effizienz erhöhte sich die EBIT-Marge ohne Sondereffekte leicht auf 14,0 % (Vorjahr: 13,9 %).

Vincent Warnery, CEO von Beiersdorf, sagt: „2025 war ein anspruchsvolles Jahr für die Hautpflegebranche, geprägt von langsamerem Wachstum und anhaltender Marktvolatilität. Beiersdorf erzielte in diesem Umfeld solide Ergebnisse und übertraf erneut klar den globalen Hautpflegemarkt. Unser Derma-Geschäft setzte seine hohe Wachstumsdynamik fort, getragen von wissenschaftlich fundierten Innovationen und dem gezielten Ausbau neuer Wachstumsfelder. Das Wachstum bei NIVEA verlangsamte sich in einem herausfordernden Massenmarktumfeld. Deshalb haben wir eine gezielte Neujustierung des NIVEA-Portfolios eingeleitet, um wieder mehr Dynamik zu entwickeln. Dank starker Marken, einer ausgeprägten Hautpflegekompetenz und einem klaren strategischen Fokus bleibt Beiersdorf gut positioniert, auch wenn das Marktumfeld 2026 volatil bleibt.“

Kontakt

Frank Meyer
Corporate Communications
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: media@beiersdorf.com

Christopher Sheldon
Investor Relations
Tel.: +49 40 4909-5000
E-Mail: investor.relations@beiersdorf.com

Der Vorstand und Aufsichtsrat von Beiersdorf schlagen vor, die Dividende für das Geschäftsjahr 2025 in Höhe von 1,00 € je Aktie zu bestätigen. Dieser Vorschlag wird der Hauptversammlung am 23. April 2026 vorgelegt. Nach den erfolgreichen Aktienrückkaufprogrammen in den Jahren 2024 und 2025 beabsichtigt der Vorstand, in den kommenden zwei Jahren Aktien im Umfang von bis zu 750 Mio. € zurückzukaufen.

Consumer: Hautpflege wächst trotz Marktabschwächung überdurchschnittlich

Der Unternehmensbereich Consumer verzeichnete ein organisches Wachstum von 2,5 % und schloss das Geschäftsjahr mit einem nominalen Umsatz von 8,2 Mrd. € ab. Alle Regionen trugen zu diesem Wachstum bei: Europa mit 0,9 %, Amerika (Nord- und Lateinamerika) mit 3,1 % und Afrika/Asien/Australien mit 4,5 %. Das EBIT ohne Sondereffekte betrug 1,1 Mrd. €, die EBIT-Marge ohne Sondereffekte lag bei 13,6 % (Vorjahr: 13,4 %).

In einem sich abschwächenden Hautpflegemarkt wuchs das Hautpflegegeschäft von Beiersdorf 2025 organisch um 3,7 %. Beiersdorf war damit erneut das am schnellsten wachsende Hautpflegeunternehmen weltweit und bestätigte damit die Stärke seiner wissenschaftsbasierten Hautpflege-Expertise und seines Markenportfolios.

NIVEA erzielte 2025 ein organisches Umsatzwachstum von 0,9 % bei einem nominalen Umsatz von 5,5 Mrd. €. Die Entwicklung spiegelte die deutliche Abschwächung des globalen Hautpflege markts sowie die Neupositionierung des Geschäfts in China wider. Die Innovationspipeline bei NIVEA konzentrierte sich auf die zweite Jahreshälfte, sodass mehrere bedeutende Produkte erst später im Jahr in den Markt kamen. Infolgedessen blieb der Beitrag der Innovationen zur Entwicklung des Gesamtjahresergebnisses begrenzt. Wegweisende Innovationen leisteten einen wichtigen Beitrag zur Stärkung des Gesichtspflegegeschäfts von NIVEA. Dazu zählte insbesondere das NIVEA Cellular Epigenetics Verjüngendes Serum, die bedeutendste Produkteinführung in dieser Kategorie in der Geschichte der Marke. Zugleich wirkte sich die umfassende Restrukturierung des NIVEA-Geschäfts in China vorübergehend auf die Geschäftsentwicklung aus. Nach Abschluss dieser Maßnahmen zum Ende des dritten Quartals kehrte NIVEA im vierten Quartal in China zu einem zweistelligen Wachstum zurück.

Der Unternehmensbereich Derma mit den Marken **Eucerin** und **Aquaphor** erzielte 2025 ein starkes organisches Wachstum von 11,7 %, mit einem nominalen Umsatz von 1,5 Mrd. €. Damit verzeichnete Derma das fünfte Jahr in Folge ein zweistelliges Wachstum und baute seine Marktanteile weiter aus. Alle Regionen trugen zum Wachstum bei, wobei die Schwellenländer 2025 als wichtigste Wachstumstreiber wirkten. Der Erfolg war in erster Linie auf starke Innovationen wie dem Epigenetics Serum zurückzuführen. Auch die Thiamidol®-Produktlinie erwies sich als Wachstumsfaktor, sowohl regional – mit der Einführung von Radiant Tone in den USA und Thiamidol® in China – als auch über Kategorien hinweg, unter anderem durch überzeugende Ergebnisse der innovativen Anti-Pigment Body Lotionen. 2025 entwickelte sich der E-Commerce-Absatz erneut deutlich dynamischer als das Offline-Geschäft.

Kontakt

Frank Meyer
Corporate Communications
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: media@beiersdorf.com

Christopher Sheldon
Investor Relations
Tel.: +49 40 4909-5000
E-Mail: investor.relations@beiersdorf.com

Der Bereich **Health Care** mit den Marken Hansaplast und Elastoplast verzeichnete eines der stärksten Jahre in der Unternehmensgeschichte, mit einem Anstieg des organischen Umsatzes um 9,3 % und einem nominalen Umsatz von 299 Mio. €. Wesentliche Wachstumstreiber waren Innovationen in der Kategorie Wundversorgung, insbesondere die Einführung der erfolgreichen Produktreihe Zweite Haut Schutz. Auch das Geschäft mit Großplastern verzeichnete erneut ein zweistelliges Wachstum und legte in allen Schlüsselmärkten zu.

Die Luxus-Hautpflegemarke **La Prairie** agierte 2025 weiterhin in einem volatilen Marktumfeld. Dies schlug sich in einem Rückgang des organischen Umsatzes von 4,5 % bei einem nominalen Umsatz von 478 Mio. € nieder. Maßnahmen zur Neupositionierung sowie ein sich verbesserndes Marktumfeld in China führten zu einer sequenziellen Verbesserung im Jahresverlauf, sodass La Prairie das vierte Quartal mit einem organischen Wachstum von 3,8 % abschloss. Positive Impulse kamen auch von neuen Produkteinführungen sowie der anhaltend starken Entwicklung des E-Commerce-Geschäfts.

NIVEA: Stärkung der Marke durch gezielte Neujustierung

Als Reaktion auf veränderte Marktbedingungen leitete Beiersdorf 2025 eine Neujustierung der NIVEA-Strategie ein. In den vergangenen Jahren lag der Fokus stark auf dem Gesichtspflegegeschäft, wodurch NIVEA seine Position in dieser Kategorie mit wegweisenden Premium-Innovationen ausbauen konnte. Gleichzeitig erhielten andere wichtige Kategorien geringere Aufmerksamkeit, und die Flexibilität in der lokalen Umsetzung war in einzelnen Märkten eingeschränkt - ein Aspekt, der mit veränderten Marktdynamiken an Bedeutung gewann.

Ziel der Neujustierung ist es, das Portfolio wieder ausgewogener aufzustellen sowie die lokale Relevanz zu stärken und zugleich die hohe Innovationskraft von NIVEA zu erhalten. Das Gesichtspflegegeschäft bleibt eine zentrale Priorität. Gleichzeitig werden Investitionen künftig gleichmäßiger auf Gesichtspflege, Körperpflege und Deodorants verteilt, mit einem zusätzlichen Fokus auf erschwingliche Gesichtspflegeangebote. Parallel dazu setzt Beiersdorf weiterhin auf globale Innovationsplattformen und räumt Schlüsselmärkten wie China, den USA, Indien, Japan und Brasilien mehr Spielraum ein, um Portfolios und Umsetzung stärker an lokale Verbraucherbedürfnisse anzupassen.

Die Neujustierung wurde in der zweiten Jahreshälfte 2025 eingeleitet. Anpassungen der Innovationspipeline sowie der Marketinginvestitionen werden 2026 und 2027 fortgesetzt.

tesa: Moderates Wachstum in herausforderndem Marktumfeld

tesa agierte 2025 in einem herausfordernden globalen Marktumfeld, das unter anderem von Zoll- und Währungsdruck, aber auch von anhaltendem Gegenwind für die Automobilindustrie insbesondere in Europa und Nordamerika geprägt war. Trotz dieser Widrigkeiten erzielte tesa ein organisches Umsatzwachstum von 1,8 % bei einem Gesamtumsatz von 1,7 Mrd. €. Als Wachstumstreiber wirkte primär die starke Entwicklung der Bereiche Electronics und Druck und Verpackung. Das Automobilgeschäft schloss das Jahr angesichts der anhaltenden Volatilität in den Kernmärkten auf

Kontakt

Frank Meyer
Corporate Communications
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: media@beiersdorf.com

Christopher Sheldon
Investor Relations
Tel.: +49 40 4909-5000
E-Mail: investor.relations@beiersdorf.com

Vorjahresniveau ab. Das signifikante Wachstum in Greater China und Lateinamerika unterstreicht die Stärke der diversifizierten regionalen Präsenz der Marke tesa.

Das EBIT ohne Sondereffekte betrug 270 Mio. €, die EBIT-Marge vor Sondereffekten lag bei 16,1 % (Vorjahr: 16,3 %).

Ausblick 2026

Im Unternehmensbereich Consumer erwartet Beiersdorf für 2026 eine flache bis leicht wachsende organische Umsatzentwicklung, da der globale Hautpflegemarkt weiterhin herausfordernd bleiben dürfte, geprägt von anhaltender Volatilität und einer gedämpften Verbrauchernachfrage. Für das erste Quartal 2026 wird ein Ergebnis unterhalb der Ganzjahresspanne erwartet. Belastend wirken Störungen im US-Einzelhandel sowie im chinesischen Reiseeinzelhandelsgeschäft ebenso wie ein geringerer Beitrag von Innovationen bei NIVEA im Vergleich zum vierten Quartal 2025. Die EBIT-Marge aus dem laufenden Geschäft (ohne Sondereffekte) im Unternehmensbereich Consumer wird leicht unter Vorjahresniveau erwartet. Dies ist getrieben durch steigende Rohstoffkosten, ungünstige Wechselkurseffekte sowie eine nur begrenzte Fixkostenhebelwirkung auf die Bruttomarge bei gleichzeitig anhaltend intensiven Marketingaktivitäten.

Für den Unternehmensbereich tesa erwartet Beiersdorf 2026 ebenfalls eine flache bis leicht wachsende organische Umsatzentwicklung. Das Marktumfeld dürfte herausfordernd bleiben, insbesondere in Endmärkten wie dem Automobilsektor. Die operative EBIT-Marge aus dem laufenden Geschäft (ohne Sondereffekte) wird im Unternehmensbereich tesa leicht unter Vorjahresniveau erwartet.

Ausgehend von den Prognosen für die beiden Geschäftsbereiche erwartet Beiersdorf für den Konzern 2026 eine flache bis leicht wachsende organische Umsatzentwicklung. Die operative EBIT-Marge aus dem laufenden Geschäft (ohne Sondereffekte) wird auf Konzernebene leicht unter Vorjahresniveau erwartet.

Kontakt

Frank Meyer
Corporate Communications
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: media@beiersdorf.com

Christopher Sheldon
Investor Relations
Tel.: +49 40 4909-5000
E-Mail: investor.relations@beiersdorf.com

2025 auf einen Blick

		2024	2025
Umsatz Konzern	(in Mio. €)	9.850	9.852
Veränderung (organisch)	(in %)	6,5	2,4
Veränderung (nominal)	(in %)	4,3	0,0
Umsatz Consumer	(in Mio. €)	8.162	8.176
Veränderung (organisch)	(in %)	7,5	2,5
Veränderung (nominal)	(in %)	4,9	0,2
Umsatz tesa	(in Mio. €)	1.688	1.676
Veränderung (organisch)	(in %)	1,9	1,8
Veränderung (nominal)	(in %)	1,2	-0,7
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	(in Mio. €)	1.370	1.378
EBIT-Marge (ohne Sondereffekte)	(in %)	13,9	14,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	(in Mio. €)	1.294	1.320
EBIT-Umsatzrendite	(in %)	13,1	13,4
Jahresüberschuss	(in Mio. €)	928	955
Umsatzrendite nach Steuern	(in %)	9,4	9,7
Ergebnis je Aktie	(in €)	4,05	4,25
(Vorgeschlagene) Dividende	(in Mio. €)	223	219
(Vorgeschlagene) Dividende je Aktie	(in €)	1,00	1,00
Brutto-Cashflow	(in Mio. €)	1.269	1.075
Investitionen¹	(in Mio. €)	437	463
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	(in Mio. €)	354	365
Mitarbeitende²	(Anzahl am 31.12.)	22.267	22.399

¹ Die Angabe umfasst die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen inklusive der Akquisitionen.

² Ab dem Geschäftsbericht 2025 werden die Werte auf Basis der Beschäftigtenzahl statt auf Basis der Vollzeitäquivalente (VZÄ) ausgewiesen. Darüber hinaus wurde der Umfang der berücksichtigten Beschäftigtengruppen neu definiert. Um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wurde der Wert für 2024 entsprechend angepasst. Der ursprünglich ausgewiesene Vorjahreswert auf VZÄ-Basis lautete: 22.791.

Kontakt

Frank Meyer
Corporate Communications
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: media@beiersdorf.com

Christopher Sheldon
Investor Relations
Tel.: +49 40 4909-5000
E-Mail: investor.relations@beiersdorf.com

Umsatzzahlen 2025 auf einen Blick

Consumer

Umsatz

Marken

MARKEN						
Geschäftsjahr				Q4		
	Umsatz in Mio. €	Nominal Entwicklung in %	Organisch Entwicklung in %	Umsatz in Mio. €	Nominal Entwicklung in %	Organisch Entwicklung in %
NIVEA (inkl. Labello)	5.529	-1,3	0,9	1.300	-0,2	1,9
Derma	1.492	8,8	11,7	348	5,0	9,9
Health Care	299	6,2	9,3	65	6,9	11,2
La Prairie	478	-6,3	-4,5	129	-0,8	3,8

Consumer

Umsatz

nach Regionen

nach Regionen						
Geschäftsjahr				Q4		
	Umsatz in Mio. €	Nominal Entwicklung in %	Organisch Entwicklung in %	Umsatz in Mio. €	Nominal Entwicklung in %	Organisch Entwicklung in %
Europa	3.590	1,2	0,9	781	0,3	-0,2
Westeuropa	2.839	1,9	1,8	607	1,4	2,0
Osteuropa	751	-1,2	-2,3	174	-3,5	-7,4
Amerika	2.235	-2,1	3,1	542	2,1	6,1
Nordamerika	997	-1,1	3,8	237	-1,8	8,0
Lateinamerika	1.238	-2,9	2,6	305	5,3	4,5
Afrika/Asien/Australien	2.351	0,8	4,5	602	1,7	9,3
Gesamt	8.176	0,2	2,5	1.925	1,2	4,5

tesa

Umsatz

nach Regionen

Geschäftsjahr				Q4		
	Umsatz in Mio. €	Nominal	Organisch	Umsatz in Mio. €	Nominal	Organisch
		Entwicklung in %	Entwicklung in %		Entwicklung in %	Entwicklung in %
Europa	757	-1,3	-1,5	179	-1,8	-2,2
Amerika	270	-4,9	-0,2	63	-5,9	-0,1
Afrika/Asien/Australien	649	1,9	6,6	145	-2,7	5,8
Gesamt	1.676	-0,7	1,8	387	-2,8	1,1

Kontakt

Frank Meyer
Corporate Communications
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: media@beiersdorf.com

Christopher Sheldon
Investor Relations
Tel.: +49 40 4909-5000
E-Mail: investor.relations@beiersdorf.com

Konzern Umsatz nach Regionen

	Geschäftsjahr			Q4		
	Umsatz in Mio. €	Nominal Entwicklung in %	Organisch Entwicklung in %	Umsatz in Mio. €	Nominal Entwicklung in %	Organisch Entwicklung in %
Europa	4.347	0,8	0,5	960	-0,1	-0,6
Amerika	2.505	-2,4	2,8	605	1,2	5,4
Afrika/Asien/Australien	3.000	1,0	4,9	747	0,8	8,6
Gesamt	9.852	0,0	2,4	2.312	0,5	3,9

Über die Beiersdorf AG

Beiersdorf steht seit 140 Jahren für innovative Hautpflege und wegweisende Hautforschung. Das Unternehmen mit Sitz in Hamburg beschäftigt weltweit über 22.000 Mitarbeitende. Im Geschäftsjahr 2025 generierte Beiersdorf einen Umsatz von 9,9 Mrd. € und ein operatives Ergebnis (EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte) von 1,4 Mrd. €. Führende internationale Marken wie NIVEA – die weltweite Nummer 1 in der Hautpflege* –, Eucerin, La Prairie und Hansaplast werden von Millionen Menschen rund um den Globus jeden Tag geschätzt. Renommierte Marken wie Aquaphor, Coppertone und Chantecaille ergänzen das umfassende Portfolio im Unternehmensbereich Consumer. Über die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE ist Beiersdorf als einer der weltweit führenden Hersteller technischer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Endverbraucher*innen aktiv. Geleitet vom Purpose „Care Beyond Skin“ verfolgt Beiersdorf eine ambitionierte Nachhaltigkeitsagenda mit dem Ziel, bis 2045 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Ebenso setzt sich das Unternehmen für eine inklusive Gesellschaft ein.

Weitere Informationen finden Sie unter www.beiersdorf.com.

* Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2024.

Beiersdorf

[LinkedIn](#)
[Instagram](#)
[YouTube](#)



Kontakt

Frank Meyer
Corporate Communications
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: media@beiersdorf.com

Christopher Sheldon
Investor Relations
Tel.: +49 40 4909-5000
E-Mail: investor.relations@beiersdorf.com