

Beiersdorf: Deutliche Verbesserung im dritten Quartal

- Konzernumsatz 5.241 Mio. € (organisches Umsatzwachstum: -7,1% in 9M/ +0,2% in Q3)
 - Consumer Umsatz 4.267 Mio. € (organisches Umsatzwachstum: -7,7% in 9M/ -1,2% in Q3)
 - tesa Umsatz 974 Mio. € (organisches Umsatzwachstum: -4,6% in 9M/ +6,2% in Q3)
- Dermokosmetische Marken erneut mit starkem Umsatzplus (organisches Umsatzwachstum: +9,2% in 9M/ +15,5% in Q3)

Hamburg, 28. Oktober 2020 – In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2020 liegt die Beiersdorf AG, Hamburg, mit einem Konzernumsatz von 5.241 Mio.€ organisch um 7,1% unter Vorjahr. Damit zeigt Beiersdorf im Vergleich zu den ersten sechs Monaten des Jahres (-10,7% in H1) eine positive Geschäftsentwicklung im dritten Quartal. Gleichzeitig konnten die Marktanteile in den Hautpflegekategorien weiter gestärkt werden.

„Im dritten Quartal haben sich die Geschäftsergebnisse deutlich verbessert. Wir konnten uns in einem andauernd schwierigen Hautpflegemarkt behaupten und Marktanteile in allen Hautpflegekategorien hinzugewinnen. Besonders widerstandsfähig in der Krise zeigt sich der dermokosmetische Markt, auf dem wir mit unseren Marken EUCERIN und AQUAPHOR über alle Regionen hinweg dank erfolgreicher Innovationen ein starkes, zweistelliges Umsatzplus im dritten Quartal erzielen“, sagte Stefan De Loecker, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG. „Dennoch hält die COVID-19-Pandemie große Teile der Welt fest im Griff. Wann sich die Situation nachhaltig entspannen wird, lässt sich noch immer nicht vorhersagen. Wir sind in diesem herausfordernden Marktumfeld wettbewerbsfähig und stärken unsere Position durch die konsequente Umsetzung unserer Unternehmensstrategie C.A.R.E.+.“

Umsatzentwicklung Konzern

(IN MIO. €)

	01.01. - 30.09.2019	01.01. - 30.09.2020	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	2.870	2.601	-9,4	-8,7
Amerika	988	1.016	2,8	1,7
Afrika/Asien/Australien	1.867	1.624	-13,0	-9,5
Gesamt	5.725	5.241	-8,5	-7,1

Der Konzernumsatz lag im Berichtszeitraum organisch um 7,1% unter dem Vorjahr. Nominal verringerte sich der Umsatz um 8,5% und betrug 5.241 Mio. € (Vorjahr 5.725 Mio. €). Die Eliminierung der Wechselkurseffekte verbesserte das organische Wachstum um 2,9 Prozentpunkte. Gegenläufig dazu beeinflusste die Bereinigung der strukturellen Effekte das organische Wachstum negativ um 1,5 Prozentpunkte. Das dritte Quartal verlief deutlich positiver mit einem organischen Umsatzwachstum von 0,2%.



Umsatzentwicklung Consumer

(IN MIO. €)

	01.01. – 30.09.2019	01.01. – 30.09.2020	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	2.320	2.079	-10,4	-9,8
Westeuropa	1.877	1.682	-10,4	-10,8
Osteuropa	443	397	-10,4	-5,5
Amerika	816	876	7,3	5,1
Nordamerika	343	455	32,6	4,1
Lateinamerika	473	421	-11,1	5,9
Afrika/Asien/Australien	1.547	1.312	-15,2	-11,4
Gesamt	4.683	4.267	-8,9	-7,7

Der Umsatz im Unternehmensbereich Consumer verringerte sich im Berichtszeitraum organisch um 7,7%. Nominal ging der Umsatz damit um 8,9% auf 4.267 Mio. € zurück. Die Eliminierung der Wechselkurseffekte verbesserte das organische Wachstum um 3,1 Prozentpunkte. Gegenläufig dazu beeinflusste die Bereinigung der strukturellen Effekte das organische Wachstum negativ um 1,9 Prozentpunkte.

Marken

Während **NIVEA** in den ersten neun Monaten in einem sehr schwierigen Hautpflegemarkt einen Umsatzrückgang von 6,2% verzeichnen musste, fiel die Entwicklung im dritten Quartal mit -1,0% positiver aus, vor allem getrieben durch die hohe Nachfrage nach Dusch- und Körperpflegeprodukten. NIVEA konnte zudem in allen Hautpflegekategorien Marktanteile gewinnen, insbesondere in Brasilien, Australien, Indien und Indonesien. Im dritten Quartal erreichte NIVEA ohne die Sonnenschutzkategorie ein Wachstum von 0,5%.

Die Derma-Marken **EUCERIN** und **AQUAPHOR** erreichten im Berichtszeitraum ein starkes Umsatzplus von 9,2% und konnten im dritten Quartal sogar ein noch stärkeres Wachstum von 15,5% erzielen. Dieses Wachstum wird hauptsächlich durch zweistellige Wachstumsraten in Nordamerika sowie durch die fortlaufende Erfolgsgeschichte des patentierten Wirkstoffs Thiamidol getrieben.

Nach einer volatilen ersten Jahreshälfte 2020 verzeichnet der Bereich **Healthcare**, der im Wesentlichen das Pflastergeschäft abbildet, einen Umsatzrückgang von 4,8% im Berichtszeitraum. Mit einem Umsatzplus von 1,1% im dritten Quartal ist der Healthcare-Bereich inzwischen wieder auf Wachstumskurs. Das Wachstum im dritten Quartal wurde durch eine zunehmende Nachfrage in den Kategorien Wundversorgung und Sport getragen.

Vor allem bedingt durch Lockdowns und den drastischen Rückgang des internationalen Travel-Retail-Geschäfts lag der Umsatz bei **LA PRAIRIE** weiterhin mit -34,5% unter Vorjahr. Im Vergleich zu den vorherigen Quartalen konnte sich die Selektivkosmetikmarke im dritten Quartal mit einem Umsatzrückgang von 16,9% jedoch sequenziell verbessern, besonders in den Regionen Asien und Amerika.

Europa

In der Region **Europa** sank der Umsatz organisch um 9,8%. Nominal lag er mit 2.079 Mio. € um 10,4% unter dem Vorjahreswert von 2.320 Mio. €.

In **Westeuropa** reduzierte sich der Umsatz um 10,8% gegenüber dem Vorjahr. Dies ist insbesondere auf die schwache Marktentwicklung in Deutschland, Frankreich, Spanien und Großbritannien zurückzuführen, die besonders stark von der COVID-19-Pandemie betroffen waren, sowie auf den andauernden starken Umsatzrückgang im Travel-Retail-Geschäft von LA PRAIRIE. In **Osteuropa** ging der Umsatz um 5,5% zurück, vor allem in Russland. Die restlichen Teile Osteuropas zeigten eine unterschiedliche Entwicklung.



Amerika

Der Umsatz in der Region **Amerika** lag organisch um 5,1% über dem Vorjahr. Nominal wuchs der Umsatz um 7,3% auf 876 Mio. € (Vorjahr: 816 Mio. €). Das organische Wachstum lag um 2,2 Prozentpunkte unter dem nominalen Wachstum bedingt durch die Eliminierung der Wechselkurseffekte von 10,4 Prozentpunkten und der Bereinigung der strukturellen Effekte aus der Akquisition des COPPERTONE-Geschäfts von -12,6 Prozentpunkten.

In **Nordamerika** konnte ein Umsatzwachstum von 4,1% erzielt werden. **Lateinamerika** verzeichnete ein Umsatzwachstum von 5,9%, besonders getrieben durch die weiterhin sehr guten Entwicklungen in Brasilien und Chile.

Afrika/Asien/Australien

Die Region **Afrika/Asien/Australien** verzeichnete einen Umsatzrückgang von 11,4%. Nominal sank der Umsatz unter anderem durch den Verkauf der Marke SLEK um 15,2% auf 1.312 Mio. € (Vorjahr 1.547 Mio. €). Der Rückgang des Umsatzes, bedingt durch die flächendeckenden negativen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie, betrifft vor allem Indien, Indonesien und Japan sowie das Geschäft von LA PRAIRIE.

Umsatzentwicklung tesa

(IN MIO. €)

	01.01. - 30.09.2019	01.01. - 30.09.2020	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	550	522	-5,0	-3,9
Amerika	172	140	-18,7	-14,6
Afrika/Asien/Australien	320	312	-2,5	-0,3
Gesamt	1.042	974	-6,5	-4,6

Der Umsatz im Unternehmensbereich tesa verringerte sich im Berichtszeitraum organisch um 4,6%. Wechselkurseffekte verstärkten diese Entwicklung um 1,9 Prozentpunkte. Nominal lag der Umsatz mit 974 Mio. € (Vorjahr: 1.042 Mio. €) um 6,5% unter Vorjahr. Im dritten Quartal konnte tesa ein starkes Umsatzplus von 6,2% erzielen.

Die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die weltweite Wirtschaft beeinflussten das tesa Geschäft in den ersten neun Monaten deutlich. Im Segment **Direct Industries**, dem direkten Geschäft mit Industriekunden, verzeichnete tesa Umsatzrückgänge. Im Segment **Trade Markets** lag der Umsatz von tesa nach neun Monaten nur leicht unter Vorjahr.

In einem schwierigen Marktumfeld zeigte der Bereich **Automotive** nach wie vor einen Umsatzrückgang. In Asien lagen die Umsätze organisch auf Vorjahresniveau, wobei insbesondere das Elektronikgeschäft in Asien im dritten Quartal Umsatzzuwächse im Vergleich zum Vorjahr erzielen konnte.

Vermögens- und Finanzlage Konzern

Im Berichtszeitraum ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns im Vergleich zum 31. Dezember 2019.

Ausblick 2020

In diesem weiterhin volatilen Umfeld erwarten wir für den Beiersdorf Konzern für das Gesamtjahr 2020 ein Umsatzwachstum auf dem gleichen Niveau oder etwas besser als das Wachstum der ersten neun Monate. Die EBIT-Umsatzrendite für den Konzern und auch für das Consumer Segment erwarten wir signifikant unter dem Vorjahreswert. Für tesa erwarten wir eine EBIT-Umsatzrendite ungefähr auf Vorjahresniveau.



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 7,6 Mrd. Euro. Das Beiersdorf-Produktportfolio zeichnet sich durch starke, international führende Haut- und Körperpflegemarken aus, zu denen u. a. NIVEA – die weltweite Nr. 1 in der Hautpflege* –, 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, arix, Maestro und Coppertone ergänzen das umfangreiche Portfolio. Die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE, ein ebenfalls weltweit führender Hersteller in seiner 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
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



Eucerin

la prairie

Hansaplast

tesa