

Beiersdorf startet stark in das neue Geschäftsjahr

- Umsatzwachstum im Konzern von 4,8 %
- Consumer steigert Umsatz um 3,0 %
- tesa erzielt deutliches Umsatzplus von 13,5 %
- Gesamtprognose für 2017 bestätigt

Hamburg, 27. April 2017 – Die Beiersdorf AG ist in das Geschäftsjahr 2017 mit einem kräftigen Wachstumsschub gestartet. Das Unternehmen steigerte den Konzernumsatz in den ersten drei Monaten organisch um 4,8%. Nominal lag er mit 1.801 Mio. € sogar um 7,7% über dem Vorjahresniveau von 1.673 Mio. €.

„Beiersdorf hat sein Wachstum weiter beschleunigt und im ersten Quartal 2017 erneut kräftig zugelegt und substantielle Marktanteile hinzugewonnen. Das gilt für beide Unternehmensbereiche – für Consumer und für tesa. tesa hat einen besonders kräftigen Umsatzschub erzielt und damit seine starke Stellung auf dem Weltmarkt unterstrichen. Auch Consumer hat ein deutliches Umsatzplus in einem insgesamt rückläufigen Marktumfeld erwirtschaftet. Wir blicken daher trotz fortbestehender Risiken in den Märkten mit vorsichtigem Optimismus in die Zukunft“, sagte Stefan F. Heidenreich, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG.

Umsatzentwicklung Konzern

(IN MIO. €)

	01.01. - 31.03.2016	01.01. - 31.03.2017	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	888	930	4,7	3,7
Amerika	287	325	13,3	5,2
Afrika/Asien/Australien	498	546	9,4	6,5
Gesamt	1.673	1.801	7,7	4,8

Der Konzernumsatz lag in den ersten drei Monaten organisch um 4,8% über dem Vorjahr. Das Wachstum wurde durch die Entwicklung der Wechselkurse um 3,1 Prozentpunkte erhöht. Strukturelle Effekte verringerten das Wachstum um 0,2 Prozentpunkte. Nominal lag der Konzernumsatz mit 1.801 Mio. € um 7,7% über dem Vorjahr (1.673 Mio. €).

Umsatzentwicklung Consumer

	01.01. - 31.03.2016	01.01. - 31.03.2017	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	720	748	3,8	2,4
Westeuropa	593	597	0,7	1,4
Osteuropa	127	151	18,4	7,2
Amerika	247	278	12,5	4,0
Nordamerika	114	117	3,4	-0,5
Lateinamerika	133	161	20,3	7,7
Afrika/Asien/Australien	429	458	6,7	3,5
Gesamt	1.396	1.484	6,3	3,0

Der Unternehmensbereich **Consumer** erreichte in den ersten drei Monaten ein organisches Umsatzwachstum von 3,0%. Das Wachstum wurde durch Wechselkurseffekte um 3,5 Prozentpunkte erhöht. Strukturelle Effekte reduzierten das Wachstum um 0,2 Prozentpunkte. Nominal stieg der Umsatz somit um 6,3% auf 1.484 Mio. € (Vorjahr: 1.396 Mio. €).

Basis für das Wachstum war eine gute Entwicklung in **Europa**. In **Amerika** stieg der Umsatz insbesondere durch eine gute Entwicklung in Lateinamerika. Die Region **Afrika/Asien/Australien** trug ebenfalls zum Wachstum im Bereich Consumer bei. Weltweit wurde in vielen Märkten die Marktposition gestärkt und Marktanteile hinzugewonnen.

Alle Kernmarken trugen zum Umsatzwachstum bei. Der Umsatz von **NIVEA** stieg um 3,5%. **Eucerin** entwickelte sich mit 3,3%. **Hansaplast** legte um 3,8% zu. **La Prairie** konnte die starke Umsatzentwicklung fortsetzen und erreichte einen Umsatzzanstieg von 10,5%.

Europa

In der Region **Europa** stieg der Umsatz organisch um 2,4%. Nominal lag er mit 748 Mio. € um 3,8% über dem Vorjahreswert (720 Mio. €).

In **Westeuropa** wurden eine positive stabile Entwicklung und ein Wachstum von 1,4% erreicht. In Deutschland wurde ein leichtes Umsatzwachstum, in Großbritannien und Italien gute Wachstumsraten erzielt. In **Osteuropa** wurde ein kräftiges Wachstum von 7,2% erreicht. Insbesondere Russland und Polen zeigten gute Wachstumsraten.

Amerika

Der Umsatz in der Region **Amerika** lag organisch um 4,0% über dem Vorjahreswert. Nominal erreichte der Umsatz 278 Mio. € und übertraf das Vorjahr (247 Mio. €) um 12,5%.

In **Nordamerika** lag der Umsatz um 0,5% leicht unter Vorjahr. In **Lateinamerika** wurde der Umsatz um 7,7% gesteigert, insbesondere durch gute Wachstumsraten in Brasilien, Mexiko und Argentinien.

Afrika/Asien/Australien

Die Region **Afrika/Asien/Australien** wuchs organisch um 3,5%. Nominal stieg der Umsatz um 6,7% auf 458 Mio. € (Vorjahr: 429 Mio. €). Das Wachstum beruht im Wesentlichen auf der sehr guten Geschäftsentwicklung in Indien. In China lag der Umsatz leicht unter dem Vorjahr.

Umsatzentwicklung tesa

(IN MIO. €)			Entwicklung (in %)	
	01.01. - 31.03.2016	01.01. - 31.03.2017	nominal	organisch
	Europa	168	182	8,6
Amerika	40	47	17,8	12,3
Afrika/Asien/Australien	69	88	26,6	25,3
Gesamt	277	317	14,4	13,5

tesa verzeichnete mit 13,5% einen deutlichen organischen Umsatzzuwachs gegenüber einem schwachen Vorjahresquartal. Wechselkurseffekte erhöhten den Umsatz um 0,9 Prozentpunkte. Nominal erhöhte sich damit der Umsatz um 14,4% auf 317 Mio. € (Vorjahr: 277 Mio. €).

Zur positiven Umsatzentwicklung trugen sowohl das Segment **Direct Industries**, welches das direkte Geschäft mit Industriekunden umfasst, als auch das Segment **Trade Markets**, zu dem auch das Endverbrauchergeschäft gehört, bei. In Amerika konnte die sehr positive Entwicklung mit Anwendungen für die Automobilindustrie fortgesetzt werden. Der Umsatz in Asien lag deutlich über dem schwachen Vorjahresumsatz.

Vermögens- und Finanzlage Konzern

In den ersten drei Monaten ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns im Vergleich zum 31. Dezember 2016.

Ausblick 2017

Wir gehen für das Geschäftsjahr 2017 im Unternehmensbereich Consumer von einem über der Marktentwicklung liegenden Umsatzwachstum von 3-4% aus. Die operative EBIT-Umsatzrendite erwarten wir leicht über dem Vorjahreswert.

Bei tesa rechnen wir jetzt mit einem Umsatzwachstum von 4-5%. Die operative EBIT-Umsatzrendite erwarten wir jetzt auf Vorjahresniveau.

Auf Basis der Prognose der beiden Geschäftsbereiche ergibt sich für den Konzern ein erwartetes Umsatzwachstum von 3-4%. Die operative EBIT-Umsatzrendite des Konzerns soll leicht über dem Vorjahr liegen.

Über die Beiersdorf AG

Die Beiersdorf AG ist ein führender Anbieter innovativer und hochwertiger Hautpflegeprodukte und verfügt über mehr als 130 Jahre Erfahrung in diesem Marktsegment. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg beschäftigt weltweit über 17.000 Mitarbeiter und ist im deutschen Leitindex für Aktien, dem DAX, gelistet. Im Geschäftsjahr 2016 erzielte Beiersdorf einen Umsatz von 6,8 Mrd. Euro. Die weltweit größte Hautpflegemarke* NIVEA ist das Herzstück des Markenportfolios, zu dem darüber hinaus Marken wie Eucerin, La Prairie, Labello und Hansaplast zählen. Die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE, ein ebenfalls weltweit führender Hersteller in ihrer 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 2015.

Kontakt

Corporate Communications
Inken Hollmann-Peters
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

