

Beiersdorf hebt Ergebnisprognose an – Unternehmen wächst weiter in schwierigem Umfeld

- Umsatzwachstum im Konzern von 2,9%
- Consumer steigert Umsatz um 3,2%
- tesa erzielt Umsatzplus von 1,2%
- Umsatzprognose für 2016 bestätigt

Hamburg, 3. November 2016 – Die Beiersdorf AG, Hamburg, hebt ihre Ergebnisprognose an. Das Unternehmen erwartet für 2016 jetzt eine deutlich über dem Vorjahr liegende EBIT-Umsatzrendite. Grundlage ist ein positiver Geschäftsverlauf in den ersten neun Monaten 2016. Der Konzernumsatz stieg organisch um 2,9%. Nominal lag er mit 5.032 Mio. € um 0,1% leicht unter dem Vorjahresniveau von 5.035 Mio. €.

„Beiersdorf hat in den ersten neun Monaten 2016 seinen nachhaltigen, profitablen Wachstumskurs fortgesetzt. Wir haben den Umsatz gesteigert und Marktanteile hinzugewonnen. Das gilt für beide Unternehmensbereiche. Der Bereich Consumer konnte mit seinen starken Marken und Produktinnovationen seinen Wachstumskurs fortsetzen. tesa erreichte nach einem schwächeren ersten Quartal eine deutliche Umsatzsteigerung in den letzten sechs Monaten. Diese positive Geschäftsentwicklung beider Unternehmensbereiche war unter den schwierigen gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen in vielen Ländern alles andere als selbstverständlich. Das Marktumfeld war in den letzten Monaten von einem weiter verschärften Wettbewerb und rückläufigen Wachstumsraten beherrscht. Die von Beiersdorf unter diesen Rahmenbedingungen erreichten Steigerungsraten sind Ausdruck unserer hohen Wettbewerbsfähigkeit und der Stärke unseres Geschäftsmodells“, so Stefan F. Heidenreich, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG. Er fügte hinzu: „Auf die kommenden Monate blicken wir mit vorsichtigem Optimismus und vertrauen weiter auf unsere Stärken.“

Umsatzentwicklung Konzern

(IN MIO. €)

	01.01. - 30.09.2015	01.01. - 30.09.2016	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	2.640	2.633	-0,3	2,4
Amerika	917	904	-1,4	3,4
Afrika/Asien/Australien	1.478	1.495	1,1	3,4
Gesamt	5.035	5.032	-0,1	2,9

Der Konzernumsatz stieg in den ersten neun Monaten organisch um 2,9%. Nominal lag der Konzernumsatz mit 5.032 Mio. € leicht, und zwar um 0,1%, unter dem Vorjahr (5.035 Mio. €). Das Wachstum verringerte sich aufgrund von Wechselkurseffekten um 2,9 Prozentpunkte und durch strukturelle Änderungen um 0,1 Prozentpunkte.



Umsatzentwicklung Consumer

(IN MIO. €)

	01.01. – 30.09.2015	01.01. – 30.09.2016	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	2.162	2.135	-1,2	1,6
Westeuropa	1.762	1.747	-0,9	0,7
Osteuropa	400	388	-2,9	5,5
Amerika	792	775	-2,0	3,0
Nordamerika	308	309	0,4	1,0
Lateinamerika	484	466	-3,6	4,2
Afrika/Asien/Australien	1.218	1.267	4,0	6,1
Gesamt	4.172	4.177	0,1	3,2

Der Unternehmensbereich **Consumer** erreichte in den ersten neun Monaten ein organisches Umsatzwachstum von 3,2%. Basis dafür war eine gute Entwicklung in **Europa**. In **Amerika** konnte der Umsatz ebenfalls gesteigert werden. In **Afrika/Asien/Australien** wurde das gute Wachstum des vergangenen Jahres fortgesetzt. In vielen Märkten weltweit wurden Marktpositionen gestärkt und Marktanteile hinzugewonnen.

Nominal stieg der Umsatz um 0,1% auf 4.177 Mio. € (Vorjahr: 4.172 Mio. €). Der im Jahresvergleich starke Euro führte zu einer Verringerung des Wachstums um 3,1 Prozentpunkte.

Der Umsatz von **NIVEA** erhöhte sich um 3,6% gegenüber dem Vorjahr. **Eucerin** steigerte den Umsatz um 2,9%. **La Prairie** erzielte ein Umsatzplus von 6,1%.

Europa

In der Region **Europa** stieg der Umsatz organisch um 1,6%. Nominal lag er mit 2.135 Mio. € um 1,2% unter dem Vorjahr (2.162 Mio. €).

In **Westeuropa** wurde eine Umsatzsteigerung von 0,7% erreicht. Vor allem in Deutschland und Spanien wurden deutliche Zuwächse erwirtschaftet. In **Osteuropa** wurde ein kräftiger Umsatzzuwachs von 5,5% erzielt. Das Wachstum war im Wesentlichen getrieben durch eine sehr gute Geschäftsentwicklung in Russland.

Amerika

In der Region **Amerika** stieg der Umsatz organisch um 3,0%. Nominal lag der Umsatz mit 775 Mio. € um 2,0% unter dem Vorjahreswert (792 Mio. €).

In **Nordamerika** beläuft sich das Umsatzplus gegenüber dem Vorjahr auf 1,0%. In **Lateinamerika** stieg der Umsatz um 4,2%, getrieben durch gute Wachstumsraten in Brasilien und Mexiko. Negativ wirkten sich die Entwicklungen in Argentinien aus.

Afrika/Asien/Australien

Die Region **Afrika/Asien/Australien** erreichte einen organischen Umsatzzuwachs von 6,1%. Nominal lag der Umsatz mit 1.267 Mio. € um 4,0% über dem Vorjahr (1.218 Mio. €). Das Wachstum beruht im Wesentlichen auf der sehr guten Geschäftsentwicklung in Japan und Indien. In China lag der Umsatz leicht unter dem Vorjahr.



Umsatzentwicklung tesa

(IN MIO. €)

	01.01. - 30.09.2015	01.01. - 30.09.2016	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	478	498	4,2	5,9
Amerika	125	129	2,7	6,2
Afrika/Asien/Australien	260	228	-12,4	-9,6
Gesamt	863	855	-1,0	1,2

Der Unternehmensbereich **tesa** steigerte seinen Umsatz organisch um 1,2%. Wechselkurseffekte verringerten den Umsatz um 2,0 Prozentpunkte, strukturelle Effekte um weitere 0,2 Prozentpunkte. Nominal verringerte sich der Umsatz deshalb um 1,0% auf 855 Mio. € (Vorjahr: 863 Mio. €).

Die positive Umsatzentwicklung im Jahresverlauf beruht auf einer guten Entwicklung im Industriegeschäft sowie im Geschäft mit Endverbrauchern in Europa und Amerika. In Asien dagegen blieb der Umsatz aufgrund einer nach wie vor schwachen Nachfrage aus der Elektronikindustrie unter dem Vorjahr.

Vermögens- und Finanzlage Konzern

In den ersten neun Monaten ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns im Vergleich zum 31. Dezember 2015.

Ausblick 2016

Beiersdorf bestätigt für den **Konzern** seine Umsatzprognose für das Geschäftsjahr 2016 und geht weiter von einem Umsatzwachstum von 3-4% aus. Die operative EBIT-Umsatzrendite des Konzerns wird deutlich über der des Vorjahrs erwartet.

Im Unternehmensbereich **Consumer** wird eine über der Marktentwicklung liegende Umsatzsteigerung zwischen 3-4% erwartet. Die operative EBIT-Umsatzrendite für den Bereich Consumer wird deutlich über dem Vorjahr liegen.

Für **tesa** wird von einem Umsatzwachstum leicht über dem Vorjahr ausgegangen. Die operative EBIT-Umsatzrendite wird deutlich unter dem Vorjahresniveau erwartet.



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 2015 erzielte Beiersdorf einen Umsatz von 6,7 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 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 2015.

Kontakt

Investor Relations

Dr. Jens Geißler

Tel. +49 40 4909-5000

E-Mail: investor.relations@beiersdorf.com

Corporate Communications

Inken Hollmann-Peters

Tel. +49 40 4909-2001

E-Mail: cc@beiersdorf.com



Eucerin

la prairie
BIOTIC/CELLULOSE

Hansaplast

tesa