

Beiersdorf im Bereich Consumer auf Kurs – tesa verzeichnet Umsatzrückgang

- Umsatz im Konzern wächst um 2,4%
- Consumer steigert Umsatz um 3,6%
- tesa wegen Asiengeschäfts 3,2% unter Vorjahresniveau
- Prognose für 2016 wird bestätigt

Hamburg, 4. Mai 2016 – Die Beiersdorf AG, Hamburg, hat im ersten Quartal 2016 ihren nachhaltigen Wachstumskurs fortgesetzt. Der Konzernumsatz stieg organisch um 2,4%. Nominal lag der Umsatz mit 1.673 Mio. € aufgrund negativer Währungseffekte um 1,9% unter dem Vorjahresniveau von 1.706 Mio. €.

„Beiersdorf ist weiter auf Kurs. Der Unternehmensbereich Consumer setzte seine Aufwärtsentwicklung unvermindert fort, während bei tesa die schwächere Nachfrage im Elektronik-Bereich in Asien zu Umsatzeinbußen führte. Unsere Unternehmensstrategie im Bereich Consumer hat sich in einem von hoher Volatilität und deutlich verschärftem Wettbewerb geprägten Marktumfeld bewährt. Die anhaltende Aufwärtsentwicklung im ersten Quartal zeigt, wie stark unsere Marken und unsere Innovationen geworden sind. Wir haben in vielen Märkten sowohl den Umsatz als auch unsere Marktanteile gesteigert. Das macht uns zuversichtlich für die weitere Geschäftsentwicklung in den kommenden Monaten“, so Stefan F. Heidenreich, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG. Er fügte hinzu: „Bei tesa haben wir uns auf die veränderten Marktbedingungen in Asien im Bereich Elektronik eingestellt und in der von Beiersdorf gewohnten Art die erforderlichen Marktaktivitäten eingeleitet.“

Umsatzentwicklung Konzern

	01.01.-31.03.2015 in Mio. €	01.01.-31.03.2016 in Mio. €	Veränderung	
			nominal in %	organisch in %
Europa	881	888	0,9	3,5
Amerika	313	287	-8,5	-0,5
Afrika/Asien/Australien	512	498	-2,7	2,4
Gesamt	1.706	1.673	-1,9	2,4

Der Konzernumsatz lag in den ersten drei Monaten organisch um 2,4% über dem Vorjahr. Das Wachstum wurde durch Wechselkurseffekte um 4,2 Prozentpunkte und durch strukturelle Effekte um 0,1 Prozentpunkte verringert. Nominal lag der Konzernumsatz um 1,9% unter dem Vorjahr und betrug 1.673 Mio. € (Vorjahr: 1.706 Mio. €). Der Unternehmensbereich Consumer erreichte ein organisches Wachstum von 3,6%. tesa verzeichnete organisch einen Umsatzrückgang von 3,2%.



Umsatzentwicklung Consumer

	01.01.-31.03.2015 in Mio. €	01.01.-31.03.2016 in Mio. €	Veränderung	
			nominal in %	organisch in %
Europa	717	720	0,5	3,2
Westeuropa	587	593	0,9	2,0
Osteuropa	130	127	-1,5	8,5
Amerika	272	247	-9,6	-1,2
Nordamerika	119	114	-4,7	-4,3
Lateinamerika	153	133	-13,3	1,3
Afrika/Asien/Australien	422	429	1,8	7,3
Gesamt	1.411	1.396	-1,1	3,6

Der Unternehmensbereich Consumer erreichte in den ersten drei Monaten ein organisches Umsatzwachstum von 3,6%. Basis dafür war eine gute Entwicklung in **Europa**. In **Amerika** blieben die Umsätze unter dem starken Vorjahr. In **Afrika/Asien/Australien** wurde das gute Wachstum des vergangenen Jahres fortgesetzt. In vielen Märkten wurde die Marktposition gestärkt und Marktanteile hinzugewonnen.

Der im Jahresvergleich starke Euro führte zu einer Verringerung des Wachstums um 4,7 Prozentpunkte. Nominal sank der Umsatz somit um 1,1% auf 1.396 Mio. € (Vorjahr: 1.411 Mio. €).

Der **NIVEA**-Umsatz erhöhte sich um 4,3% gegenüber dem Vorjahr. **Eucerin** erreichte einen Umsatzanstieg von 1,2%. **La Prairie** steigerte den Umsatz um 6,9%.

Europa

In der Region **Europa** erhöhte sich der Umsatz um 3,2% gegenüber dem Vorjahr. Nominal lag der Umsatz – negativ beeinflusst durch Wechselkurseffekte – mit 720 Mio. € um 0,5% über dem Vorjahreswert von 717 Mio. €.

In **Westeuropa** lag der Umsatz um 2,0% über dem Vorjahr. Besonders in Deutschland, Großbritannien und Spanien konnte ein gutes Umsatzwachstum erreicht werden. In **Osteuropa** lag der Umsatz um 8,5% über dem Vorjahr, maßgeblich getrieben durch eine sehr gute Entwicklung in Russland.

Amerika

In der Region **Amerika** sank der Umsatz organisch um 1,2%. Nominal lag der Umsatz, bedingt durch die Wechselkursentwicklung des US-Dollars sowie der wesentlichen südamerikanischen Währungen, mit 247 Mio. € um 9,6% unter dem Vorjahreswert von 272 Mio. €.

Während der Umsatz in **Nordamerika** um 4,3% gegenüber dem starken Vorjahresquartal zurückging, verzeichnete **Lateinamerika** ein Umsatzwachstum von 1,3%. Gute Wachstumsraten wurden in Brasilien und Mexiko erzielt. Die Entwicklungen in Argentinien wirkten sich hingegen negativ aus.



Afrika/Asien/Australien

Die Region **Afrika/Asien/Australien** steigerte den Umsatz organisch um 7,3%. Nominal stieg der Umsatz in dieser Region um 1,8% auf 429 Mio. € (Vorjahr: 422 Mio. €). Insbesondere Japan, Thailand und Australien trugen zu dieser positiven Umsatzentwicklung bei.

Umsatzentwicklung tesa

	01.01.-31.03.2015 in Mio. €	01.01.-31.03.2016 in Mio. €	Veränderung	
			nominal in %	organisch in %
Europa	164	168	2,5	4,8
Amerika	41	40	-1,1	4,2
Afrika/Asien/Australien	90	69	-23,3	-20,5
Gesamt	295	277	-5,9	-3,2

Der Umsatz im Unternehmensbereich tesa lag organisch um 3,2% unter dem starken Vorjahresquartal. Durch Wechselkurseffekte verringerte sich das Wachstum um 2,3 Prozentpunkte. Strukturelle Effekte reduzierten das Wachstum um 0,4 Prozentpunkte. Nominal verringerte sich der tesa Umsatz somit um 5,9% auf 277 Mio. € (Vorjahr: 295 Mio. €).

Während sich sowohl das Industriegeschäft als auch das Geschäft mit Endverbrauchern in Europa und Amerika in den ersten drei Monaten weiter positiv entwickelte, verzeichnete tesa in Asien einen Umsatzrückgang, ausgelöst durch eine deutliche Abschwächung der Nachfrage aus der Elektronikindustrie.

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 2015.

Ausblick 2016

Beiersdorf erwartet im Unternehmensbereich Consumer 2016 ein über der Marktentwicklung liegendes Umsatzwachstum von 3-4% und eine leicht über dem Vorjahr liegende operative EBIT-Umsatzrendite.

Im Unternehmensbereich tesa wird ein Umsatzwachstum leicht über Vorjahr erwartet. Die operative EBIT-Umsatzrendite wird voraussichtlich leicht unter dem Vorjahresniveau liegen.

Auf Basis der Prognose der beiden Geschäftssegmente ergibt sich für den Konzern ein erwartetes Umsatzwachstum von 3-4%. Die operative EBIT-Umsatzrendite soll leicht über dem Vorjahreswert 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 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 2014.

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
SWITZERLAND

Hansaplast

tesa