

Pressemitteilung

Beiersdorf Q1 2026: Ergebnisse im Rahmen der Erwartungen - starke Derma-Performance, Fortschritte bei der Neuausrichtung von NIVEA

Auf einen Blick

- Das erste Quartal 2026 entwickelte sich wie in der Prognose für 2026 erwartet und spiegelte einen herausfordernden Jahresstart wider.
- Der Unternehmensbereich Derma erzielte starkes Wachstum, getragen von den Marken Eucerin und Aquaphor.
- NIVEA war von schwierigen Marktbedingungen betroffen; Beiersdorf setzt seine strategische Neuausrichtung planmäßig um, erste Erfolge zeigen sich in einer Verbesserung der Abverkäufe im Handel.
- La Prairie wurde durch Störungen im Einzelhandel beeinträchtigt, die Entwicklung der Abverkäufe im Handel zeigt sich positiv.
- Das erste Quartal war geprägt von einer hohen Vergleichsbasis, temporären Störungen in wichtigen Märkten sowie zeitverzögerten Effekten jüngster Innovationen.
- Beiersdorf bestätigt die Prognose für 2026.

Kennzahlen Q1 2026

- Konzern: Organisches Umsatzwachstum von -4,6 %, entsprechend dem erwarteten herausfordernden Jahresauftakt
- Unternehmensbereich Consumer: Organischer Umsatz -4,7 %
- Umsatzentwicklung nach Bereichen und Marken:
 - NIVEA -7,0 %
 - Derma +8,2 %
 - Health Care +1,9 %
 - La Prairie -14,9 %
- Unternehmensbereich tesa: Organischer Umsatz -4,3 %, wie erwartet beeinflusst durch Vergleichseffekte und zeitliche Verschiebungen
- Ausblick 2026: Prognose bestätigt

Hamburg, 21. April 2026 – Wie in der Prognose für das Gesamtjahr erwartet, verzeichnete Beiersdorf einen herausfordernden Start ins Jahr 2026. Der Konzernumsatz ging im ersten Quartal organisch um 4,6 % auf 2,5 Mrd. € zurück. Im Unternehmensbereich Consumer sanken die organischen Umsätze um 4,7 %, was eine insgesamt schwächere Umsatzentwicklung widerspiegelt. Innerhalb des Consumer-

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

Geschäfts zeigte sich ein uneinheitliches Bild: NIVEA verzeichnete einen organischen Umsatzrückgang von 7,0 %. Gleichzeitig setzt Beiersdorf die strategische Neuausrichtung der Marke wie geplant um; erste positive Signale zeigen sich in einer verbesserten Entwicklung der Abverkäufe im Handel. Der Unternehmensbereich Derma setzte hingegen seine herausragende Entwicklung fort und erzielte ein organisches Wachstum von 8,2 %, getragen von der anhaltend starken Nachfrage nach Eucerin und Aquaphor in den Märkten. tesa verzeichnete im ersten Quartal einen organischen Umsatzrückgang von 4,3 %. Die Entwicklung entsprach den Erwartungen und ist vor allem auf zeitliche Verschiebungseffekte im Elektronikgeschäft sowie eine hohe Vergleichsbasis aus dem Vorjahr zurückzuführen.

Vincent Warnery, CEO von Beiersdorf, sagt: „Auch in einem herausfordernden Umfeld bleibt Beiersdorf klar fokussiert. Wir sind von der langfristigen Stärke und Widerstandsfähigkeit unseres Unternehmens überzeugt. Unser Derma-Geschäft unterstreicht weiterhin die Stärke unseres wissenschaftsbasierten Innovationsmodells. Mit NIVEA setzen wir die strategische Neuausrichtung konsequent um, mit klarem Fokus auf die Faktoren, die Relevanz und Wachstum treiben.“

Das Quartal war geprägt von einer hohen Vergleichsbasis aus dem Vorjahr, temporären Störungen in wichtigen Märkten sowie zeitverzögerten Effekten jüngster Innovationen. Diese Effekte werden im weiteren Jahresverlauf voraussichtlich nicht anhalten. Das erste Quartal sollte nicht als Indikator für die Entwicklung des Gesamtjahres gesehen werden. Entsprechend bestätigen wir unsere Prognose für 2026.“

Consumer: Derma erneut überdurchschnittlich

Im ersten Quartal 2026 setzte der Unternehmensbereich **Derma** seine starke Dynamik fort und entwickelte sich mit den Marken **Eucerin** und **Aquaphor** deutlich besser als der Gesamtmarkt für Dermokosmetik, der lediglich im niedrigen einstelligen Prozentbereich wuchs. Die Entwicklung wurde durch eine starke Innovationspipeline sowie die erfolgreiche Erschließung zusätzlicher Wachstumsmärkte („White Spaces“) getragen. Wissenschaftsbasierte Innovationen mit den Wirkstoffen Epicelline® und Thiamidol® stießen sowohl bei Verbraucherinnen und Verbrauchern als auch bei Dermatologinnen und Dermatologen auf hohe Resonanz. In wichtigen Regionen wie Nordamerika, Brasilien und China wurde ein robustes Wachstum erzielt, was die anhaltende Attraktivität und langfristige Skalierbarkeit des Portfolios unterstreicht.

Das Ergebnis von **NIVEA** wurde durch ein weiterhin herausforderndes Massenmarktumfeld sowie eine anspruchsvolle Vergleichsbasis nach zwei starken ersten Quartalen in den Vorjahren beeinträchtigt. Handelsbezogene Spannungen in Europa und zeitliche Verschiebungen zwischen Auslieferungen an den Handel und Abverkäufen im Handel bei wichtigen Innovationen wirkten belastend auf den Nettoumsatz. Das Kernportfolio hat noch nicht zur Wachstumsdynamik zurückgefunden, die zugrunde

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

liegenden Entwicklungen verbessern sich jedoch schrittweise. Die konsequent durchgeführte, laufende strategische Neuausrichtung zielt darauf ab, NIVEA mittelfristig wieder auf einen nachhaltigen Wachstumspfad zu führen. Erste Erfolge zeigen sich insbesondere in der verbesserten Entwicklung der Abverkäufe im Handel.

Das Ergebnis von **La Prairie** wurde im ersten Quartal durch Störungen im US-amerikanischen Department-Store-Geschäft sowie im chinesischen Travel-Retail-Geschäft belastet und führte zu einem organischen Umsatzrückgang von 14,9 %. Diese Effekte waren temporär und spiegeln nicht die zugrunde liegende Nachfrage wider. Bereinigt um diese Sondereffekte stiegen die Einzelhandelsumsätze um 9 %, getragen von einer weiter starken Entwicklung in China im vierten Quartal in Folge. Trotz des volatilen Marktumfelds für Luxus-Hautpflege zeigen sich erste Fortschritte aus der neu ausgerichteten Strategie von La Prairie, unter anderem in einer positiven Entwicklung der Abverkäufe im Handel.

Der Umsatz im Health-Care-Geschäft stieg trotz einer anspruchsvollen Vergleichsbasis aus dem Vorjahr um 1,9 %. Wachstumstreiber war vor allem das Pflastergeschäft der Marken **Hansaplast** und **Elastoplast**.

tesa im Rahmen der Erwartungen

Der Unternehmensbereich **tesa** entwickelte sich im ersten Quartal im Einklang mit den Erwartungen und der Prognose für das Gesamtjahr. Der organische Umsatzrückgang von 4,3 % spiegelt insbesondere eine hohe Vergleichsbasis im Elektronikgeschäft wider, das im Vorjahr von Verlagerungen in Produktionsstrukturen bei Kunden sowie von temporären Auftragseffekten profitiert hatte. Während das Automobilgeschäft weiterhin von einem herausfordernden Marktumfeld geprägt war, entwickelte sich tesa besser als der Markt, insbesondere bei Anwendungen für Fahrzeuge mit neuen Antriebstechnologien. Der Bereich Consumer wurde zudem durch eine starke Dynamik im E-Commerce unterstützt.

Prognose für 2026 bestätigt

Beiersdorf bleibt hinsichtlich seiner strategischen Ausrichtung, der Stärke seiner Marken und seiner Fähigkeit zur langfristigen Wertschaffung zuversichtlich. Während das Derma-Geschäft weiterhin stark wächst, entwickeln sich NIVEA und La Prairie im ersten Quartal schwächer. Positive Signale bei den Abverkäufen im Handel deuten jedoch auf eine Verbesserung im weiteren Jahresverlauf hin.

Vor diesem Hintergrund bestätigt Beiersdorf seine Prognose für das Geschäftsjahr 2026: Für die Geschäftsbereiche Consumer und tesa rechnet das Unternehmen weiterhin mit einer flachen bis leicht wachsenden organischen Umsatzentwicklung sowie mit einer EBIT-Marge vor Sondereinflüssen leicht

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

unter dem Vorjahresniveau. Auf Konzernebene wird ebenfalls mit einer organisch stabilen bis leicht wachsenden Umsatzentwicklung gerechnet; die EBIT-Marge vor Sondereinflüssen wird leicht unter dem Niveau des Jahres 2025 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

Umsatzzahlen Q1 2026 auf einen Blick

Umsatz Konzern

(in Mio. €)

	1. Jan. – 31. Mär. 2025	1. Jan. – 31. Mär. 2026	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	1.198	1.110	-7,2	-7,3
Amerika	684	630	-8,0	-3,5
Afrika/Asien/Australien	809	744	-8,1	-1,3
Summe	2.691	2.484	-7,7	-4,6

Umsatz Consumer

(in Mio. €)

	1. Jan. – 31. Mär. 2025	1. Jan. – 31. Mär. 2026	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	995	911	-8,4	-8,4
Westeuropa	788	722	-8,4	-8,4
Osteuropa	207	189	-8,4	-8,2
Amerika	614	572	-6,9	-2,6
Nordamerika	294	258	-12,3	-2,7
Lateinamerika	320	314	-1,9	-2,4
Afrika/Asien/Australien	641	594	-7,3	-0,6
Summe	2.250	2.077	-7,7	-4,7

Umsatz tesa

(in Mio. €)

	1. Jan. – 31. Mär. 2025	1. Jan. – 31. Mär. 2026	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	203	199	-1,6	-1,9
Amerika	70	58	-17,7	-12,0
Afrika/Asien/Australien	168	150	-11,0	-4,1
Summe	441	407	-7,7	-4,3

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

Umsatz Consumer-Marken

(in Mio. €)

	1. Jan. – 31. Mär. 2025	1. Jan. – 31. Mär. 2026	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
NIVEA (inkl. Labello)	1.482	1.344	-9,4	-7,0
Derma	443	459	3,5	8,2
Health Care	83	83	-0,3	1,9
La Prairie	132	109	-17,6	-14,9

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

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. Renommiertere 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.



[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