

Pressemitteilung

Starkes erstes Quartal: Beiersdorf erhöht Umsatzprognose

- Konzern: Umsatz steigt auf 2,6 Mrd. € (+7,3% organisch)
- Unternehmensbereich Consumer: Zweistelliges Umsatzwachstum auf 2,2 Mrd. € (+10,0% organisch)
- Gesamtes Consumer-Markenportfolio mit organischem Wachstum: NIVEA (inkl. Labello) +12,6%, Derma +10,2%, La Prairie +1,0%, Healthcare +1,5%
- Unternehmensbereich tesa: Umsatz liegt bei 397 Mio. € (-5,4% organisch)
- Umsatzprognose für 2024 erhöht: Organisches Umsatzwachstum von 6-8 % für den Konzern und den Unternehmensbereich Consumer erwartet

Hamburg, 16. April 2024 - Die Beiersdorf AG ist mit einem Umsatzwachstum über das gesamte Markenportfolio im Unternehmensbereich Consumer gut in das Geschäftsjahr 2024 gestartet. Der Konzernumsatz erreichte im ersten Quartal 2,6 Mrd. € und stieg damit organisch um 7,3%. Der Unternehmensbereich Consumer erzielte ein zweistelliges organisches Wachstum von 10,0% bei einem Umsatz von 2,2 Mrd. €. Zu dieser Entwicklung hat insbesondere NIVEA (inklusive Labello) mit Wachstum in allen Regionen beigetragen. Der Unternehmensbereich tesa verzeichnete mit einem Umsatz von 397 Mio. € einen organischen Umsatzrückgang von 5,4%.

Vincent Warnery, Vorstandsvorsitzender von Beiersdorf: „Beiersdorf hat einen hervorragenden Start in das Jahr 2024 hingelegt. Alle unsere zentralen Consumer-Marken sind im ersten Quartal gewachsen. Dabei führte NIVEA unser Portfolio mit starkem zweistelligem Wachstum sowie Umsatzsteigerungen in allen Regionen an, insbesondere in Europa und in den Emerging Markets. Der Umsatz von NIVEA in diesem Quartal war zudem der höchste jemals erzielte. Dies unterstreicht die anhaltende weltweite Popularität unserer Markenkone. Gleichzeitig erzielte auch unser Derma-Geschäft ein zweistelliges Wachstum, und unser Luxusgeschäft befindet sich nach einem schwierigen Jahr 2023 auf dem Weg zu dem erwarteten vollständigen Turnaround. Dieser Erfolg im ersten Quartal bestärkt uns in unserem Ziel von profitablen Wachstum. Deshalb erhöhen wir unsere Umsatzprognose für das Gesamtjahr.“

Consumer: Zweistelliges Wachstum angeführt von starkem Umsatz bei NIVEA

NIVEA - inklusive Labello - erreichte im ersten Quartal ein starkes organisches Umsatzwachstum von 12,6%, das auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Absatzmengenwachstum und Preisgestaltung zurückzuführen ist. Die Markenkone von Beiersdorf wuchs in allen Regionen und verzeichnete dabei die deutlichsten Anstiege in Europa (13% organisch) und in den Emerging Markets (14% organisch). Angeführt wurde das Wachstum von den Kategorien Deo, Sonnen- und Gesichtspflege sowie dem anhaltenden Erfolg der Luminous-Produktreihe.

Die Derma-Marken **Eucerin** und **Aquaphor** verzeichneten zu Beginn des Geschäftsjahres 2024 ein Umsatzplus von 10,2%. Wesentlicher Treiber dafür war die starke Entwicklung des Sonnenpflege-Geschäfts bei Eucerin, insbesondere in Europa. Eucerin wurde außerdem erstmals in den US-amerikanischen Gesichtspflege-Markt eingeführt.

La Prairie kehrte im ersten Quartal 2024 mit einem organischen Umsatzwachstum von 1% auf Wachstumskurs zurück. Nach einem herausfordernden Geschäftsjahr 2023 nimmt der Turnaround der Luxusmarke von Beiersdorf nun Fahrt auf. Eine weitere Beschleunigung des Wachstums wird im zweiten Halbjahr von 2024 erwartet.

Das **Healthcare**-Geschäft, das im Wesentlichen das Pflaster-Geschäft von Hansaplast und Elastoplast umfasst, verzeichnete ein organisches Umsatzwachstum von 1,5 %. Deutliche Umsatzsteigerungen in Europa und den Emerging Markets waren die Haupttreiber für dieses Ergebnis.

Herausfordernder Jahresstart für tesa

Der Unternehmensbereich tesa verzeichnete im ersten Quartal einen erwarteten organischen Umsatzrückgang von 5,4% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Dieser Rückgang war vor allem in der Electronics-Sparte in Asien und Nordamerika zu verzeichnen. Die Sparte Automotive erreichte durch den Erfolg von Klebebandlösungen für digitale Oberflächen und Displays ein leichtes Wachstum. Trotz des herausfordernden Marktumfelds bleibt tesa zuversichtlich, dass alle Geschäftsbereiche und ihre Märkte wieder deutlich an Schwung gewinnen werden, besonders in der zweiten Hälfte des Jahres.

Prognose erhöht: Beiersdorf erwartet ein organisches Umsatzwachstum von 6-8% im Konzern und im Unternehmensbereich Consumer

Für das Gesamtjahr 2024 erhöht Beiersdorf die Prognose für den Unternehmensbereich Consumer und rechnet nun mit einem organischen Umsatzwachstum von 6-8%. Dabei möchte das Unternehmen weiterhin die EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) des Vorjahres um 50 Basispunkte übertreffen.

Für tesa bestätigt Beiersdorf das erwartete Umsatzplus im Geschäftsjahr 2024 von 2-5%. Die EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) wird auf dem Vorjahresniveau erwartet.

Unter Berücksichtigung der Prognosen für beide Unternehmensbereiche erhöht Beiersdorf ebenso die Prognose auf Konzernebene. Das organische Umsatzwachstum soll im Gesamtjahr 6-8% erreichen, wobei die EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) den Vorjahreswert leicht übertreffen soll.

Umsatzzahlen Q1 2024 auf einen Blick

Umsatz Konzern

(in Mio. €)

	1. Jan.-31. März 2023	1. Jan.-31. März 2024	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	1.082	1.176	8,7	8,7
Amerika	646	685	6,1	4,8
Afrika/Asien/Australien	753	743	-1,4	7,5
Gesamt	2.481	2.604	5,0	7,3

*Strukturanpassung 2024: tesa Türkei von Europa nach Asien (2023 angepasst)

Umsatz Consumer

(in Mio. €)

	1. Jan.-31. März 2023	1. Jan.-31. März 2024	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	879	972	10,6	10,7
Westeuropa	690	768	11,2	10,3
Osteuropa	189	204	8,5	12,4
Amerika	572	615	7,5	6,2
Nordamerika	277	279	0,9	1,4
Lateinamerika	295	336	13,8	10,6
Afrika/Asien/Australien	606	620	2,3	12,4
Gesamt	2.057	2.207	7,3	10,0

Umsatz tesa

(in Mio. €)

	1. Jan.-31. März 2023	1. Jan.-31. März 2024	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	203	204	0,3	0,1
Amerika	74	70	-5,3	-6,2
Afrika/Asien/Australien	147	123	-16,5	-12,5
Gesamt	424	397	-6,5	-5,4

*Strukturanpassung 2024: tesa Türkei von Europa nach Asien (2023 angepasst)

Über die Beiersdorf AG

Beiersdorf steht seit über 140 Jahren für innovative, hochwertige Haut- und Körperpflege sowie wegweisende Hautforschung. International führende Marken wie NIVEA, Eucerin (Dermokosmetik), La Prairie (Selektivkosmetik) und Hansaplast (Pflaster- und Wundversorgung) überzeugen Tag für Tag Millionen Menschen auf der ganzen Welt. Namhafte Marken wie Aquaphor, Coppertone, Chantecaille, Labello, 8x4, arix, Hidrofugal, Maestro oder Florena ergänzen unser breites Portfolio im Unternehmensbereich Consumer. Über die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE ist Beiersdorf auch als einer der weltweit führenden Hersteller technischer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Endverbraucher*innen aktiv.

Das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg erzielte im Geschäftsjahr 2023 einen Umsatz von 9,5 Mrd. Euro sowie ein betriebliches Ergebnis (EBIT ohne Sondereffekte) von 1,2 Mrd. Euro. Beiersdorf beschäftigt weltweit über 20.000 Mitarbeitende, die verbunden sind durch gemeinsame Werte, eine starke Unternehmenskultur, den Beiersdorf Purpose Care Beyond Skin sowie eine ambitionierte [Nachhaltigkeitsagenda](#). Mit dieser schafft Beiersdorf einen klaren Mehrwert für Verbraucher*innen, die Gesellschaft und die Umwelt.



Weitere Informationen über Beiersdorf finden Sie unter: www.beiersdorf.de.

[LinkedIn](#)

[Instagram](#)

[YouTube](#)

Kontakt

Corporate Communications
Anke Schmidt
Telefon: +49 40 4909- 2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com

Investor Relations
Dr. Jens Geissler
Telefon: +49 40 4909-5000
E-Mail: investor.relations@beiersdorf.com