

Prognosebericht

Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenfaktoren

Die Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung für die nächsten Jahre unterliegt einer erheblichen Unsicherheit. Belastbare, allgemein anerkannte Prognosen über den weiteren Verlauf der wirtschaftlichen Entwicklung bestehen nicht. Für unsere Planungen gehen wir von einem deutlichen Rückgang des Wachstums der Weltwirtschaft aus. Ausmaß, Dauer und regionale Verteilung der Krise können wir aktuell jedoch nicht abschätzen.

Wahrscheinlich scheint uns folgendes Szenario: In den USA, Westeuropa sowie Deutschland erwarten wir für 2009 nur ein sehr geringes Wachstum, in einzelnen Ländern ist auch ein Rückgang der Wirtschaftsleistung möglich. Für die Wachstumsregionen Osteuropa, Asien (ohne Japan) und Lateinamerika ist davon auszugehen, dass die relativ lange Phase des stabilen und kräftigen Wachstums unterbrochen ist und sich die Wachstumsdynamik vorübergehend deutlich verringert.

Wir erwarten, dass die Auswirkungen der schwachen konjunkturellen Entwicklung auf den Konsum erst mit einer Verzögerung zu sehen sein werden. In wesentlichen Industriebereichen, wie z.B. der Automobilindustrie, sind die Auswirkungen schon jetzt erkennbar.

Branchenentwicklung

Die Wachstumsrate des weltweiten Kosmetikmarkts wird nach unserer Einschätzung infolge der aktuellen wirtschaftlichen Lage unter dem langfristigen Trend liegen. In den großen saturierten Märkten Westeuropas sowie in den USA rechnen wir nur mit einem sehr geringen Wachstum, eventuell sogar mit Marktrückgängen. In den Wachstumsregionen Osteuropa, Asien (ohne Japan) und Lateinamerika wird sich das Wachstum voraussichtlich vermindern.

Die weltweite Entwicklung der Klebebandmärkte wird von den bereits aus dem Berichtsjahr bekannten Trends bestimmt werden. Für Westeuropa und Nordamerika rechnen wir mit einer rückläufigen Entwicklung. In Asien und Osteuropa erwarten wir eine graduell dynamischere Entwicklung, jedoch nicht in den aus den Vorjahren bekannten Größenordnungen.

Unsere Chancen im Markt

Auch in der beschriebenen wirtschaftlichen Situation ergeben sich Chancen für die geschäftliche Entwicklung von Beiersdorf. Die Basis dafür bildet unsere international ausgerichtete strategische Positionierung, insbesondere durch unsere starke Fokussierung auf unsere Marken sowie die zunehmende Präsenz in Wachstumsmärkten. Dabei verbinden wir Umsatzwachstum, nachhaltige Ertragsstärke und eine solide Finanzstruktur mit der Stabilisierung unseres innovativen Vorsprungs durch umfangreiche Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Wir setzen weiter auf unseren Vorrat an kraftvollen Innovationen. Die sorgfältige und nachhaltige Entwicklung unserer Marken schafft in ganz besonderem Maße Vertrauen beim Verbraucher: NIVEA wurde 2008 von Reader's Digest erneut zur „Most Trusted Brand“ gewählt – ein Wettbewerbsvorteil, der vor allem bei der jetzigen Branchenentwicklung weitreichende Chancen bietet. Dies bildet zusammen mit dem Engagement und der Qualität unserer Mitarbeiter die Grundlage dafür, dass wir Chancen erkennen und nutzen können.

Geschäftsentwicklung

Die Einschätzung der Geschäftsentwicklung der nächsten Jahre basiert auf den oben geschilderten Annahmen. Organisch soll der **Konzern** auch in Zukunft stärker als der Markt wachsen. Wir halten grundsätzlich auch an unserem strategischen Ziel fest, die EBIT-Umsatzrendite weiter zu steigern. Bei einer deutlichen Abschwächung der Konjunktur werden wir im besten Fall die Ertragskraft halten.

Der Unternehmensbereich **Consumer** will in den nächsten Jahren organisch weiterhin deutlich über dem Markt wachsen. Unverändert sind unsere Wachstumsregionen besonders China, Russland, Brasilien und Indien. Speziell in China werden wir mit verstärkten Marketinginvestitionen das Umsatzwachstum unserer neuen chinesischen Haarpflege- und Stylingmarken weiter fördern. Wir streben an, das Niveau unserer EBIT-Umsatzrendite zu halten.

Auch in der unsicheren Wirtschaftslage rechnet **tesa** für den Prognosezeitraum mit steigenden Marktanteilen, allerdings in konjunkturell teilweise schrumpfenden Märkten. Die Umsatzentwicklung ist in großen Teilen abhängig von der Nachfrageentwicklung unserer industriellen Kunden. Wegen einer möglichen weiteren Abschwächung der Nachfrage in Teilbereichen des Sortiments wurde frühzeitig für einzelne Werke Kurzarbeit beantragt. Um die Marktposition weiter zu stärken, werden die Investitionsprojekte mit großer Intensität weitergeführt. Der damit einhergehende weitere Aufbau von Entwicklungs- und Vermarktungsstrukturen und die erwartete konjunkturelle Belastung im nächsten Jahr werden zu einer geringeren EBIT-Umsatzrendite führen.

Wir sind davon überzeugt, dass wir mit unseren starken Marken, innovativen Produkten, den Prozessoptimierungen und unserer strategischen Ausrichtung für die aktuellen Herausforderungen sehr gut aufgestellt sind.

Hamburg, 4. Februar 2009

Beiersdorf AG

Der Vorstand