

Leidenschaft für Marken,
Leidenschaft für Menschen





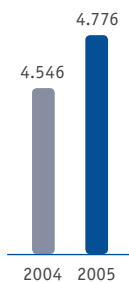
«Leidenschaft für Marken, Leidenschaft für Menschen»

Unser Ziel: Globale Verbrauchernähe

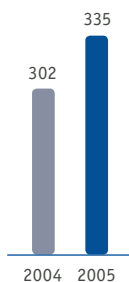
Die Bedürfnisse der Verbraucher sind der Mittelpunkt unserer Arbeit. Seit dem Jahr 2005 konzentrieren wir uns mit unserer Strategie „Passion for Success“ so konsequent wie noch nie darauf, in den Bereichen Haut- und Schönheitspflege die Wünsche der Verbraucher optimal zu erfüllen. In diesem Geschäftsbericht zeigen wir Ihnen, wie wir begonnen haben, diese Strategie weltweit umzusetzen.

Beiersdorf auf einen Blick

Umsatzentwicklung Konzern (in Mio. €)



Jahresüberschuss Konzern (in Mio. €)



in Mio. € (sofern nicht anders angegeben)	2004	2005
Umsatz	4.546	4.776
Veränderung zum Vorjahr in % (nominal)	2,5	5,1
Veränderung zum Vorjahr in % (wechsellkursbereinigt)	4,5	3,9
Consumer	3.840	4.041
tesa	706	735
EBITDA	656	693
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	483	531
Jahresüberschuss	302	335
Umsatzrendite nach Steuern in %	6,6	7,0
Ergebnis je Aktie in €	3,88	4,36
Dividendensumme	121	129
Dividende je Aktie in €	1,60	1,70
Brutto-Cashflow	493	435
Investitionen (inkl. Finanzanlagen)	165	128
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	101	109
Mitarbeiter (Anzahl am 31.12.)	16.492	16.769

**1. Quartal****2. Quartal**

Rückblick 2005

NIVEA: Platz 1 bei „Reader’s Digest Most Trusted Brands 2005“



Keine andere Hautpflege-marke genießt bei den europäischen Verbrauchern so großes Vertrauen wie NIVEA. Erstmals wurde die Marke in allen 14 teilnehmenden Ländern zur „Most Trusted Brand“ gewählt. In Deutschland belegte NIVEA damit den ersten Platz zum fünften Mal in Folge.

atrix und Florena werden 50



Zum 50-jährigen Jubiläum der beliebten und hochwirksamen Handpflege gab es die atrix-Dose in einer limitierten Geburtstags-Edition im Kamillenblütendesign. atrix ist Marktführer in Portugal, Spanien und Schweden und Nummer 2 in Deutschland und Großbritannien.



Auch Florena feierte 50-jähriges Jubiläum – mit einer virtuellen Zeitreise im Internet, die unterhaltsam die verschiedenen Jahrzehnte Revue passieren ließ.

NIVEA SUN: Sonnenschutz mit Sofortwirkung



Sicheren UVA- und UVB-Schutz garantieren die im Jahr 2005 neu eingeführten Produkte von NIVEA SUN – sie wirken sofort. Die Linie traf auf große Akzeptanz bei den Verbrauchern.

Neues Hochregallager in Hamburg

Am 9. Mai 2005 wurde das neue Hochregallager in Hamburg erfolgreich in Betrieb genommen – nach knapp einjähriger Bauzeit und zahlreichen Testwochenenden. Das Lager erweitert das Logistik-Center um 15.500 Palettenplätze und ist mit modernster Sicherheitstechnik ausgestattet.

NIVEA Care Center in Südafrika eröffnet



Im Mai 2005 eröffnete Beiersdorf in Südafrika ein neues NIVEA Care Center in einem der landesweit größten Warenhäuser. Das Konzept bietet den Verbrauchern ein angenehmes Einkaufserlebnis und sorgt für schnelle Orientierung.

Eucerin Anti-Rötungen



Im Juni hat Eucerin eine System-Pflegeserie für empfindliche Gesichtshaut eingeführt, die Rötungen sichtbar und nachhaltig reduziert. „Rot werden“ ist zum Beispiel bei Freude, Aufregung oder Hitze ganz natürlich. Bei manchen Menschen bleiben diese Rötungen jedoch längerfristig bestehen. Genau hier setzen die Eucerin Anti-Rötungen Produkte an. Sie sind parfümfrei und in klinischen Studien wurde eine ausgezeichnete Wirksamkeit und Hautverträglichkeit bestätigt.



3. Quartal

Deutschland: NIVEA und SOS-Kinderdörfer kooperieren

Gemeinsam rufen NIVEA und die SOS-Kinderdörfer die „NIVEA Glücksmomente“ ins Leben: Zwischen August 2005 und Juli 2006 ist ein Erlebnisdorf in zehn deutschen Städten zu Gast, in dem Kinder und Erwachsene unvergessliche Glücksmomente erleben können.

Einweihung: Neue Zentrale für Beiersdorf Anden Gruppe

Im August 2005 weihte die Beiersdorf Anden Gruppe ihre neue Zentrale in Bogotá, der Hauptstadt Kolumbiens, ein. In dem neuen Büro haben neben der Geschäftsführung auch die Bereiche Marketing und Controlling ihren Sitz. Außerdem wird von dort aus der nationale Verkauf für Kolumbien gesteuert. Die neue Zentrale ist das strategische Zentrum der Anden Gruppe, zu der Kolumbien, Venezuela und Ecuador gehören.

Asien: NIVEA FOR MEN führt Whitening-Range für Männer ein



Als erste Marke hat NIVEA FOR MEN in Asien eine komplette Whitening-Range für Männer eingeführt und damit seine Marktführerschaft gestärkt. Die neuen Produkte sind speziell auf die Bedürfnisse der männlichen Haut abgestimmt. Bisher mussten asiatische Männer auf

Produkte für Frauen zurückgreifen. Die erste Einführung fand in Thailand statt – bereits nach wenigen Monaten ist die Entwicklung sehr positiv. Weitere Länder werden folgen.

4. Quartal

la prairie: Markteintritt in China



Exklusive la prairie Shop in Shop-Systeme öffneten im November 2005 in Kaufhäusern in Peking, Guangzhou und Schanghai. Der Eintritt von la prairie in den chinesischen Markt wurde kommunikativ umfassend begleitet und fand großes Echo in der Presse. Weitere Shop-Eröffnungen sind für 2006 geplant.

Passion for Success



Im Rahmen der Finanzanalystenkonferenz am 10. November 2005 hat Beiersdorf die neue Consumer Business Strategie „Passion for Success“ vorgestellt. Details zu der Strategie finden Sie im Geschäftsbericht auf den Seiten 31 und 32 sowie mediengerecht aufbereitet auf der Unternehmenswebsite www.Beiersdorf.de/Strategie.

Neuausrichtung der Consumer Supply Chain

Vor dem Hintergrund der sich verändernden Marktanforderungen und als Bestandteil der neuen Unternehmensstrategie plant Beiersdorf eine Neuausrichtung der Consumer Supply Chain. Besonderer Fokus der Neuausrichtung liegt auf der Entwicklung eines regional optimierten und damit effizienteren Produktions- und Logistiknetzwerkes. Aus heutiger Sicht geht Beiersdorf von möglichen Einsparungen in Höhe von voraussichtlich etwa 100 Mio. € pro Jahr aus und rechnet in den Jahren 2006 bis 2008 mit einem außerordentlichen Aufwand von insgesamt etwa 220 Mio. €. Die Neuausrichtung der Supply Chain soll dazu beitragen, die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu verbessern und das Wachstum durch Investitionen in die Marken weiter zu steigern.

Verkauf von BSN medical

Die Beiersdorf AG hat gemeinsam mit dem Partner Smith & Nephew plc den Verkauf ihres Gemeinschaftsunternehmens BSN medical an Montagu Private Equity für 1,030 Mrd. € bekannt gegeben. Eine entsprechende Vereinbarung wurde, vorbehaltlich üblicher kartellrechtlicher Zustimmungen, unterzeichnet. BSN medical ist ein globales Unternehmen für professionelle Medizinprodukte, das im April 2001 durch die Zusammenlegung der Aktivitäten für professionelle Wundversorgung, Orthopädie und Phlebologie von der Beiersdorf AG und Smith & Nephew plc als Joint Venture gegründet wurde.



Beiersdorf Konzern

Bericht über das Geschäftsjahr 2005

Überblick	2 Beiersdorf auf einen Blick 3 Rückblick 2005 5 Inhaltsverzeichnis
Vorstand	7 Brief des Vorstandsvorsitzenden 8 Der Vorstand der Beiersdorf AG
Globale Verbrauchernähe	11 Mit starken Marken den Verbrauchern überall nah sein 13 Märkte und Menschen kennen, um schneller zu sein 15 Mit Innovationen und Know-how Marken pflegen und entwickeln 17 Unsere Verbraucher direkt im Handel überzeugen 19 Mit engagierten Mitarbeitern den Erfolg des Unternehmens vorantreiben
Investor Relations	20 Die Beiersdorf Aktie 22 Beiersdorf Investor Relations
Corporate Governance	23 Bericht des Aufsichtsrats 26 Corporate Governance bei Beiersdorf 29 Bestätigungsvermerk
Lagebericht	31 Geschäft und Strategie 34 Wirtschaftliches Umfeld 35 Geschäftsentwicklung Konzern 37 Geschäftsentwicklung Unternehmensbereiche 42 Vermögenslage Konzern 43 Finanzlage Konzern 44 Investitionen Konzern 45 Forschung und Entwicklung 47 Umwelt- und Arbeitsschutz 48 Geschäftsentwicklung Beiersdorf AG 50 Risikobericht 52 Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen 52 Nachtragsbericht 53 Ausblick 2006
Konzernabschluss	54 Gewinn- und Verlustrechnung Konzern 55 Bilanz Konzern 56 Kapitalflussrechnung Konzern 57 Eigenkapitalentwicklung Konzern Konzernanhang 58 Segmentberichterstattung Konzern 60 Grundlagen und Methoden 62 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung 66 Erläuterungen zur Bilanz 77 Sonstige Angaben 80 Organe der Beiersdorf AG
Weitere Informationen	82 Wesentliche Konzerngesellschaften 84 Stichwortverzeichnis 85 Zehnjahresübersicht 87 Impressum 88 Finanzkalender



Wie wir unser Unternehmen führen und unsere Strategie umsetzen



Thomas-B. Quaas
Vorstandsvorsitzender

Brief des Vorstandsvorsitzenden

Liebe Aktionäre, liebe Leser,

2005 war ein bewegendes und bewegtes Jahr für Beiersdorf. Dabei standen der Wechsel im Vorstand, die Entwicklung einer neuen Strategie sowie neue dynamische Prozesse in einem äußerst wettbewerbsintensiven Umfeld im Vordergrund.

In einer weltweit sehr uneinheitlichen Konsumdynamik und einem besonders schwierigen wirtschaftlichen Umfeld in Westeuropa konnten wir eine gute Entwicklung der wichtigsten Erfolgskennziffern erzielen. Der Konzernumsatz stieg weltweit wechselkursbereinigt um 3,9 % und der dabei erwirtschaftete Jahresüberschuss von 335 Mio. € stellt erneut einen deutlich erhöhten Wert dar. Vorstand und Aufsichtsrat werden auf der Hauptversammlung den Aktionären vorschlagen, eine Dividende von 1,70 € je dividendenberechtigter Stückaktie auszuschütten. Eine weitere, für uns besonders wichtige Erfolgskennziffer bezieht sich auf die Bedeutung unserer Marken: Wir sind stolz darauf, mit NIVEA in weltweit noch mehr für uns relevanten Märkten führend zu sein. Ein wiederum sehr erfolgreiches Jahr der tesa AG sowie der gute Abschluss der Verhandlungen über die Zukunft von BSN medical runden das Bild ab.

Neuer Vorstand: Den Wechsel im Vorstand haben wir als Verpflichtung und Chance zugleich gesehen und wahrgenommen. Gemeinsam haben wir 2005 die Grundlage für die neue Strategie unseres Unternehmens erarbeitet. Wir konnten dabei auf der erfolgreichen Arbeit unserer ausgeschiedenen Vorstände Dr. Rolf Kunisch und Uwe Wölfer aufbauen, bei denen ich mich nochmals ganz herzlich bedanke.

Neue Strategie: Die Wünsche der Verbraucher in den Bereichen Haut- und Schönheitspflege werden noch konzentrierter der Mittelpunkt unserer globalen Aktivitäten sein. Unsere Consumer Business Strategie „Passion for Success“ beruht auf vier Eckpfeilern: herausragende Marken, herausragende Supply Chain, regionale Fokussierung sowie herausragende Führungskompetenz in effizienten Strukturen. Innovationen und die notwendigen Veränderungen in allen Bereichen unseres Unternehmens werden wir noch konsequenter als bisher umsetzen.

Neue Prozesse: Beiersdorf ist ein modernes, erfolgreiches und international agierendes Unternehmen mit einer Tradition, die eine hervorragende Basis für die Zukunft bietet. Aber wir werden uns nicht auf den Erfolgen der Vergangenheit ausruhen, sondern wir wollen besser, schneller und innovativer als unsere Konkurrenz sein. Die angekündigte prozessorientierte weltweite Organisation der Consumer Supply Chain sowie die damit verbundene Neuausrichtung in Europa sind dabei wesentliche Initiativen zur soliden Absicherung unserer Wachstumspläne.

Bleibt mir in meinem ersten Brief als Vorstandsvorsitzender noch eins: Im Namen des Vorstands bedanke ich mich nachdrücklich und sehr gerne bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie unseren Kunden, Aktionären und Geschäftspartnern für die gute, vertrauensvolle und erfolgreiche Zusammenarbeit.

Ihr

Thomas B. Quaas

Thomas-B. Quaas

Vorsitzender des Vorstands



Der Vorstand der Beiersdorf AG

Rolf-Dieter Schwalb

Markus Pinger

Thomas-B. Quaes

Peter Kleinschmidt



**Vorstand****Thomas-B. Quaas**

geboren 1952 in Glauchau (Deutschland)

Mitglied des Vorstands seit 1999

Vorstandsvorsitzender seit 2005

verantwortlich für Strategische Unternehmensentwicklung/
Konzernkommunikation/Interne Revision

Peter Kleinschmidt

geboren 1950 in Rostock (Deutschland)

Mitglied des Vorstands seit 2003

verantwortlich für Human Resources: Personal/Verwaltung/Umweltschutz

Pieter Nota

geboren 1964 in Wageningen (Niederlande)

Mitglied des Vorstands seit 2005

verantwortlich für Brands: Marketing/Forschung und Entwicklung/Vertrieb

Markus Pinger

geboren 1963 in Leverkusen (Deutschland)

Mitglied des Vorstands seit 2005

verantwortlich für Supply Chain: Einkauf/Produktion/Logistik/
Qualitätsmanagement

Rolf-Dieter Schwalb

geboren 1952 in Gießen (Deutschland)

Mitglied des Vorstands seit 2000

verantwortlich für Finance: Finanzen/Controlling/IT

Pieter Nota

Teamwork: In teilweise neuer Besetzung hat sich der Beiersdorf Vorstand 2005 zusammengefunden, um konstruktiv und in intensiver Abstimmung die Unternehmensstrategie neu zu definieren. Sie stellt den Verbraucher noch stärker als bisher in den Mittelpunkt und bereitet Beiersdorf auf die Herausforderungen der Zukunft vor.



Unsere Verbraucher sind auf der ganzen Welt zu Hause. Unsere Marken auch.





Mit starken Marken den Verbrauchern überall nah sein

Wir haben ein klares Ziel: die Wünsche der Verbraucher zu erfüllen, wenn es um ihre Haut- und Schönheitspflege geht – weltweit und jeden Tag.

Dieses Ziel verfolgen wir mit aller Kraft und auf Grundlage unserer Strategie „Passion for Success“. Wir stehen für Erfolg durch schnelle Veränderung und Innovation auf allen Ebenen unseres Unternehmens – dieser Leitsatz drückt aus, worauf es uns in Zukunft mehr denn je ankommt: Dynamik, Flexibilität und neue Ideen. Unsere Consumer Business Strategie stellen wir Ihnen auf den Seiten 31 und 32 im Überblick vor.

Wir beschäftigen uns gezielt mit den Bedürfnissen der Verbraucher und bieten ihnen auf sie zugeschnittene Produkte von hoher Qualität. Wir analysieren intensiv das Verhalten unserer Verbraucher und fragen nach ihren Gewohnheiten, Einstellungen, Motiven und Erwartungen. Dieses Wissen gibt uns eine wichtige Entscheidungshilfe für die Entwicklung neuer Produkte und Marketingkonzeptionen.

Mit unseren Innovationen erfüllen wir die Wünsche der Verbraucher und sind somit bestens für den internationalen Wettbewerb aufgestellt. Auf dieser Basis werden wir auch in Zukunft durch kontinuierliches Wachstum unsere Marktanteile und Erträge steigern.

Über die positive Entwicklung des Geschäftsjahres 2005 hinaus zeigen wir Ihnen in diesem Geschäftsbericht, wie wir weltweit unsere Leidenschaft für Verbrauchewünsche und somit für Marken und Menschen umsetzen und damit unsere Strategie zum Leben erwecken.



Mit internationalen Marken wie NIVEA, Eucerin und la prairie erfüllen wir weltweit die Wünsche der Verbraucher rund um Haut- und Schönheitspflege. Unter der Marke tesa entwickeln und vermarkten wir zudem Klebeanwendungen für Endverbraucher und industrielle Kunden.





« Ich will mich wohl fühlen. Gut, dass ich mich auf NIVEA verlassen kann. »





Märkte und Menschen kennen, um schneller zu sein

Wir sind weltweit aktiv. Um unser Wachstum zu beschleunigen, definieren wir klare geografische Prioritäten: Neben Westeuropa sind das die Zukunftsmärkte China, Russland, Brasilien und Indien. Speziell in diesen Märkten erwarten wir überdurchschnittliche Wachstumsraten.

Für jedes Land, für jede Region gilt: Wir arbeiten konsequent daran, die Verbraucher zu verstehen. Was wünschen sie sich? Wie können wir sie überzeugen und begeistern? Nur, wenn wir genau auf die Bedürfnisse der Menschen eingehen, sind wir erfolgreich.

In Asien zum Beispiel erzielen wir einen großen Teil unseres Umsatzes mit so genannten Whitening-Produkten. Blässe ist seit Jahrhunderten in asiatischen Ländern ein Schönheitsideal. So hat NIVEA FOR MEN beispielsweise in Thailand eine komplette Whitening-Linie für Männer eingeführt – als erste Marke und mit sehr positiver Entwicklung. Weitere Länder werden folgen.

Um gerade die asiatischen Wachstumsmärkte noch gezielter zu bedienen, haben wir im Jahr 2005 ein eigenes Asien-Labor in unserem Forschungszentrum eingerichtet. Hier entwickeln wir in enger Zusammenarbeit mit den jeweiligen Tochtergesellschaften Produkte, die speziell auf die lokalen Verbraucherbedürfnisse abgestimmt sind. Denn unsere Mitarbeiter vor Ort verfügen über umfassende Kenntnisse des lokalen Geschäfts und haben so das richtige Gespür für Marktentwicklungen. Der Erfolg: Allein in China konnten wir zwischen 2000 und 2005 jährlich ein hohes zweistelliges Wachstum erzielen. Dank steigender Konsumfreude und marktwirtschaftlicher Orientierung weist China ein großes Potenzial auf und wird ein Schwerpunkt unserer Aktivitäten sein.

Wir werden die Dynamik sich schnell entwickelnder Märkte weiterhin gezielt für uns nutzen und unser Geschäft weiter ausbauen. Jedes Vorstandsmitglied von Beiersdorf hat eine klar definierte regionale Verantwortung und arbeitet eng mit den lokalen Gesellschaften zusammen, um bestmöglich Synergien auszuschöpfen.

Durch unsere weltweite Präsenz und effiziente Organisation sind wir schneller als andere in der Lage, erfolgreiche Konzepte und Trends auf weitere Länder zu übertragen – wenn die Produkte zum jeweiligen Markt passen und den Wünschen der Verbraucher dort entsprechen. Diesen Vorsprung wollen wir mit unseren Marken kontinuierlich vergrößern.

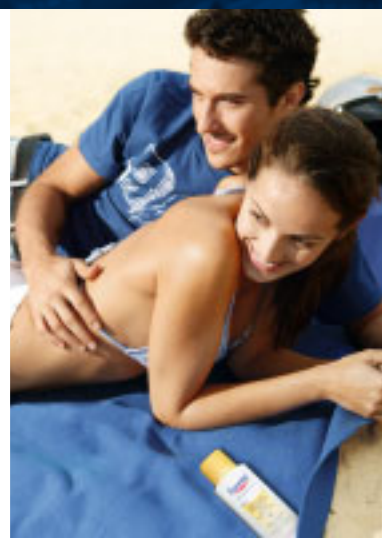


China ist für uns ein wichtiger Zukunftsmarkt. Mit maßgeschneiderten Produkten überzeugen wir die Verbraucher – wie etwa mit den neuen Whitening-Pflegelinien 18+ und 30+ von NIVEA VISAGE, die optimal auf die Bedürfnisse von Frauen in verschiedenen Altersstufen abgestimmt sind.





« Für meine empfindliche Haut habe ich meine Lieblingsprodukte immer dabei. »





Mit Innovationen und Know-how Marken pflegen und entwickeln

Mit unseren internationalen Marken konzentrieren wir uns auf zwei Kerngebiete: Haut- und Schönheitspflege. Für beide Segmente bauen wir unsere führenden Positionen im globalen Wettbewerb weiter aus.

Innovationen sind dabei unser Wachstumsmotor. Daher investieren wir kontinuierlich in unsere Forschung und Entwicklung – die Basis unseres Erfolgs. In Zukunft werden wir Produktneuheiten noch schneller auf den Markt bringen. Wir werden uns auf schlagkräftige Innovationen fokussieren, indem wir neue, verbesserte Innovationsprozesse etablieren. So unterscheiden wir uns vor allem von den Handelsmarken und begegnen aktiv ihrer zunehmenden Konkurrenz.

In unserer Forschung und Entwicklung setzen wir immer wieder neue Standards. Ein Beispiel: Die von uns entwickelte UVA-Messmethode ist inzwischen als Deutsche Industriegenorm (DIN-Norm 67502) anerkannt. Mit dieser Methode kann exakt nachgewiesen werden, ob Sonnencremes über ausreichend UVA-Filter verfügen und damit vor Sonnenbrand und frühzeitiger Hautalterung schützen.

Wirksamkeit ist die entscheidende Eigenschaft, die alle unsere Produkte aufweisen müssen. Durch umfangreiche Tests und wissenschaftliche Untersuchungen stellen wir sicher, dass unsere Produkte in ihrer Wirkung absolut zuverlässig sind – wie „Eucerin Anti-Rötungen“. Klinische Studien zeigen, dass nach vierwöchiger Anwendung eine deutliche Verbesserung bei Hautrötungen und entsprechenden Krankheiten auftritt.

Zur Markenpflege gehört neben intensiver Forschung und Entwicklung auch die richtige Vermarktung. Beide Seiten optimal aufeinander abzustimmen, die Qualität unserer Werbung nachhaltig zu steigern und Investitionen für Marketing und Vertrieb noch effizienter einzusetzen – das sind die Schwerpunkte, mit denen wir uns überzeugender und stärker im Markt differenzieren wollen.

Durch unser übergreifendes Ressort Brands können wir unsere Ressourcen in den Bereichen Forschung und Entwicklung, Marketing sowie Vertrieb besser einsetzen und verteilen. Wir definieren für jede Marke eine strategische Rolle in unserem Portfolio und setzen dabei unser Ziel konsequent um, globale Verbraucherwünsche rund um Haut- und Schönheitspflege optimal zu bedienen.



Unsere Produkte müssen die höchsten Anforderungen an die Verträglichkeit erfüllen und eine nachweisbare, spezifische Produktleistung erbringen. Eucerin für sonnenempfindliche und allergiegefährdete Haut zum Beispiel basiert auf den neuesten Erkenntnissen zum medizinischen Sonnenschutz und schützt dermatologisch sicher vor UV-Schäden. Ausgezeichnete Qualität und maximaler Nutzen für den Verbraucher sind die Maßstäbe für die Arbeit unserer Forschung und Entwicklung.





« Meine Lieblingsfarbe ist Blau.
Ich glaube, Papis auch. »





Unsere Verbraucher direkt im Handel überzeugen

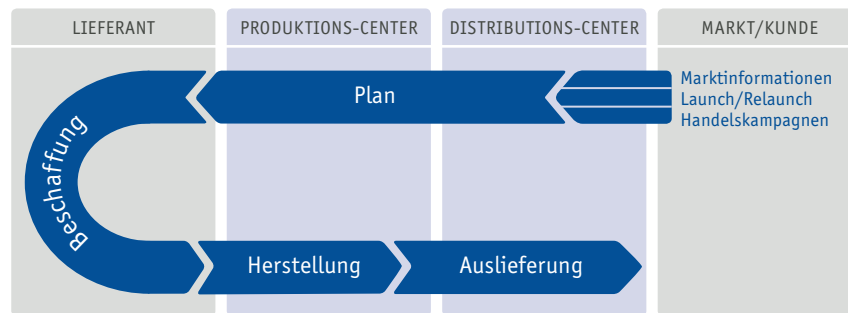
Wir sind dort, wo unsere Verbraucher sind: im Handel, am so genannten Point of Sale (POS). Wir verstärken unsere Präsenz und Sichtbarkeit am POS, um uns gemeinsam mit unseren Handelspartnern in einem immer härter werdenden Wettbewerb durchzusetzen. Wir schaffen eine eindrucksvolle Verkaufsatmosphäre und präsentieren unsere Produkte innovativ, dynamisch und kundennah.

Bestes Beispiel sind die POS-Konzepte von NIVEA, die wir außer in Deutschland auch international einsetzen – zum Beispiel in Österreich, Schweden und Südafrika. Bei der Planung und Umsetzung arbeiten wir eng mit unseren Handelspartnern zusammen. Die einzelnen Konzepte berücksichtigen unterschiedliche Standortgrößen. Die NIVEA Blue Wall zum Beispiel ist eine Blockplatzierung des Sortiments ohne Beratung, während der NIVEA Shop in Shop alle 500 NIVEA-Produkte an einem Ort präsentiert: mit professioneller Beratung und aufmerksamkeitsstarken Aktionen.

Neben dem Einkaufserlebnis ist die ständige Verfügbarkeit unserer Produkte von zentraler Bedeutung. Das ist die Aufgabe unserer Consumer Supply Chain.

Dieser Bereich hat für uns eine Schlüsselfunktion. Sämtliche Aktivitäten unserer Lieferkette – von der Planung über den Einkauf bis zu Produktion, Qualitätsmanagement und Auslieferung – sollen zentral gesteuert und fortlaufend optimiert werden. Alle Fertigungs- und Produktionszentren werden weltweit vernetzt, das Produktsortiment sinnvoll standardisiert und Synergien genutzt.

Eine optimal abgestimmte, prozessorientierte Lieferkette soll uns eine hohe Produkt- und Servicequalität ermöglichen, so wenig Kapital wie möglich binden und die schnelle Einführung von Innovationen in den Handel unterstützen. Vor allem aber können wir unsere hochwertigen Qualitätsprodukte zu einem fairen Preis anbieten – und auch das überzeugt die Verbraucher, sich am POS bewusst für unsere Produkte zu entscheiden.



Viele Beteiligte, ein Ziel: Die angestrebte globale prozessorientierte Consumer Supply Chain Organisation sorgt für reibungslose Abläufe vom Kundenwunsch bis zum Verkauf.



Bei allen Handelskonzepten, die wir umsetzen, wollen wir unseren Verbrauchern den Einkauf so einfach und angenehm wie möglich machen. Dadurch steigern wir die Erstkauftrate, lösen Zusatzkäufe aus und erhöhen die emotionale Bindung an die Marke. Das sind entscheidende Vorteile – gerade gegenüber den Handelsmarken.





« Ich will in meinem Job etwas bewegen.
Beiersdorf bietet mir dafür die Möglichkeit. »»





Mit engagierten Mitarbeitern den Erfolg des Unternehmens vorantreiben

Unsere Mitarbeiter sind stolz auf die Unternehmenserfolge in ihrem Land. Mit ihrem Know-how tragen sie dazu bei, unser Ziel, den Verbrauchern überall nah zu sein, umzusetzen. Im Sommer 2005 hat zum Beispiel eine Befragung unserer Mitarbeiter in Deutschland ihr überdurchschnittliches Engagement bestätigt.

Wir nutzen unsere weltweite Präsenz mit rund 100 auf das Endverbrauchergeschäft konzentrierten Tochtergesellschaften, um den Erfahrungsaustausch zwischen den Ländern und Regionen voranzutreiben. Jährlich finden für unsere Produktkategorien internationale Informationsveranstaltungen statt. Der „International Infoday Lipcare“ zum Beispiel stand 2005 unter dem Motto „Veränderungen“. Produktmanager aus aller Welt diskutierten über Marken- und Preisstrategie, Marketingaktivitäten und Wachstumsziele. Dieser globale Austausch von Wissen führt zu regionaler Kraft.

Wir behaupten uns erfolgreich im Wettbewerb, weil wir den Willen zur Veränderung und zu Innovationen auf allen Ebenen unseres Unternehmens noch stärker betonen als bisher: Wir handeln und wir motivieren andere zum Handeln. Wir zeigen Mut und sind offen dafür, Talente zu entdecken und zu fördern. Wir tragen Konflikte konstruktiv aus. Und wir fördern Führungskompetenzen. Dazu haben wir unter dem Namen „Leading for Success“ einen neuen globalen Prozess initiiert, der systematisch kompetente, führungsstarke Mitarbeiter identifiziert, fördert und fordert.

Doch wir fordern nicht nur Kompetenz und Leistungsstärke von jedem Einzelnen, sondern handeln auch als Unternehmen verantwortungsbewusst. Soziales Engagement ist für uns sehr wichtig, daher hat „Corporate Citizenship“ bei uns einen hohen Stellenwert. Weltweit fördern wir fast 400 Projekte in diesem Bereich.

Verantwortung den Menschen gegenüber prägt unser Handeln. Wir haben eine Verpflichtung gegenüber unseren Mitarbeitern. Beiersdorf zeichnet eine faire und offene Unternehmenskultur aus. Und wir fühlen uns unseren Verbrauchern verpflichtet – ihnen wollen wir mit unseren Produkten Qualität bieten. Wir bleiben deshalb erfolgreich, weil wir uns mit aller Kraft ausschließlich an den Verbrauchern und ihren Wünschen rund um die Haut- und Schönheitspflege orientieren.



Unsere Mitarbeiter – wie hier in unserer spanischen Tochtergesellschaft in Argenton – identifizieren sich mit unserem Unternehmen und unseren Marken. Sie sind bereit, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln. Das eröffnet Karrierechancen und ist die Grundlage für unser anspruchsvolles Ziel, Verbraucherorientierung optimal umzusetzen.





Die Beiersdorf Aktie

Das Börsenjahr 2005 begann schwächer als erwartet. Erst im Laufe des ersten Quartals stiegen auf Basis sehr fester Energie- und Rohstoffwerte die meisten internationalen Aktienindizes trotz zum Teil schwacher Konjunkturdaten. In einer längeren Seitwärtsbewegung der Indizes im Frühjahr entwickelten sich die Märkte heterogen: Europa und Japan traten auf der Stelle, die US-Börsen tendierten schwächer. Angesichts der unterschiedlichen Konjunkturdynamik in Europa und den USA überraschte dies viele Beobachter. Die Entwicklung der Aktienmärkte im ersten Halbjahr folgte nicht immer den konjunkturellen Rahmendaten. So erholten sich ab Mai und im Sommer die internationalen Aktienmärkte deutlich, obwohl sich gleichzeitig die meisten Konjunkturindikatoren abschwächten und auch Ölpreise von mehr als 60 US-Dollar bremsend wirkten.

Die Indizes des Konsumsektors nahmen über das Jahr einen ähnlichen Verlauf: Sie zeigten gegen Ende des ersten Quartals 2005 klare Erholungstendenzen und der HPC-Sektor (Household and Personal Care), dem auch Beiersdorf angehört, wies gegen Ende des zweiten Quartals immer noch einen insgesamt positiven Trend auf. Die deutschen Börsen verarbeiteten im September das Ergebnis der Wahlen gut, die Kurse setzten ihre Aufwärtsbewegung fort und der DAX nahm die wichtige 5.000er-Hürde. Im Herbst drückten dann vorübergehend Zins- und Inflationsängste auf die internationalen Kapitalmärkte, die sich allerdings nach kurzer Zeit stabilisierten und in der Folge bis zum Jahresende stetig positiv entwickelten. Auch im Konsumsektor dauerte der positive Trend im dritten Quartal an und setzte sich nach einem kurzen Zwischentief bis zum Ende des Jahres fort.

Daten zur Aktie

	2004	2005
Anzahl der Aktien in Mio. St.	84	84
Marktkapitalisierung am 31.12. in Mio. €	7.190	8.736
Aktienkurs am 31.12. in € (Relativer Index 2004 = 100)	85,60 (100)	104,00 (121)
Höchster Schlusskurs der Aktie in €	99,65	105,55
Niedrigster Schlusskurs der Aktie in €	70,28	82,91
Ergebnis je Aktie in € (Relativer Index 2004 = 100)	3,88 (100)	4,36 (112)
Dividende je Aktie in € (Relativer Index 2004 = 100)	1,60 (100)	1,70 (106)
DAX (Relativer Index 2004 = 100)	4.256 (100)	5.408 (127)
MDAX (Relativer Index 2004 = 100)	5.376 (100)	7.312 (136)



Die Geschäftsentwicklung von Beiersdorf und die Veröffentlichung der Jahresergebnisse für 2004 im März wurden von den Kapitalmärkten honoriert. Gute Unternehmenszahlen gaben der Beiersdorf Aktie auch im Mai einen Aufwärtstrend. Der Kurs verlief im zweiten Quartal nahezu durchgehend über der Entwicklung des DAX. Im zweiten Halbjahr entwickelte der Kurs unserer Aktie eine eigenständige Dynamik: Die Ankündigung des Verkaufs von BSN medical (professionelle Wundversorgung, Orthopädie und Phlebologie) und die damit verbundene weitere Fokussierung auf das Consumer-Geschäft wurden positiv aufgenommen, führten allerdings nicht zu einer Umkehr des Negativtrends im dritten Quartal. Erst im vierten Quartal erhielt die Aktie unter anderem durch die Veröffentlichung der neuen Unternehmensstrategie wieder Auftrieb, erfuhr nach der Bekanntgabe der Neuausrichtung der Beiersdorf Consumer Supply Chain eine kräftige Kurssteigerung und schloss zum Jahresende freundlich.

Im Jahr 2005 war der Geschäftsverlauf von Beiersdorf über die Quartale durch eine zunehmende Wachstumsdynamik gekennzeichnet. Das gute Jahresergebnis 2005 ermöglicht es uns daher, eine Dividende von 1,70 € je dividendenberechtigter Stückaktie zur Ausschüttung vorzuschlagen. Der hohe Jahresüberschuss ergibt ein Ergebnis je Aktie von 4,36 € gegenüber 3,88 € für das Jahr 2004.

Entwicklung der Beiersdorf Aktie im Jahr 2005





Beiersdorf Investor Relations

Die Arbeit des Bereichs Investor Relations war im Jahr 2005 vor allem von zwei großen Ereignissen geprägt: Zur Hauptversammlung im Mai war der Wechsel im Vorstand und im November die Einführung der neuen Unternehmensstrategie das wichtigste Thema im Gespräch mit der Finanzöffentlichkeit. Beides ließ sich gut in einem Kernsatz charakterisieren, der zum Leitmotiv der ersten Finanzanalystenkonferenz im März wurde: „Strong basis and new opportunities“ beinhaltete sowohl die Kontinuität hinsichtlich der bisherigen bewährten Unternehmensgrundsätze als auch die Möglichkeit, neue Chancen und Potenziale am Markt und in unserem Unternehmen wahrzunehmen.

Der Wechsel des Vorstandsvorsitzenden sowie die Veränderungen in den Führungen der Ressorts Brands und Supply Chain wurden sowohl von der Presse als auch von Finanzanalysten und Investoren mit viel Interesse beobachtet. Die Amtsübergabe von Dr. Rolf Kunisch an Thomas-B. Quaas fand auf der Hauptversammlung im Mai 2005 statt. Schon im Juni konnte der neue Vorstandsvorsitzende auf einer Konferenz in Paris umfassende Gespräche mit Investoren führen.

Bereits auf dem ersten Finanzanalystentreffen des Jahres 2005 im neuen Forschungszentrum der Beiersdorf AG hatte sich Thomas-B. Quaas der Finanzöffentlichkeit vorgestellt. Das zweite Finanzanalystentreffen im November bot eine gute Gelegenheit, die neue Unternehmensstrategie auch außerhalb von Beiersdorf bekannt zu machen und anhand der vier Eckpfeiler zu erläutern. Die anwesenden Analysten nahmen sehr positiv wahr, dass die neue Strategie von allen neuen Vorstandsmitgliedern und dem Finanzvorstand gemeinsam präsentiert und erläutert wurde. Noch im November erfolgte die Ankündigung einer Neuausrichtung der Consumer Supply Chain und wurde von der Finanzöffentlichkeit als erster Schritt auf dem Weg zur Umsetzung der neuen Beiersdorf Strategie wahrgenommen.

Die Kommunikation der Veränderungen bei Beiersdorf wird seit Dezember auch durch einen weiter ausgebauten IR-Bereich auf der Konzern-Internetseite unterstützt. Dank eines zentralen Download-Centers und einer stärkeren Vernetzung von Informationen finden Interessierte jetzt unter www.Beiersdorf.de noch schneller die gewünschten Informationen. Auch in Zukunft wird unsere Internetpräsenz ein maßgebliches Werkzeug für den Dialog sein.

Aktien-Stammdaten

Firmenname	Beiersdorf AG
WKN	520000
ISIN	DE 0005200000
Börsenplätze	Amtlicher Markt in Frankfurt und Hamburg; Freiverkehr in Berlin-Bremen, Düsseldorf, Hannover, München und Stuttgart
Anzahl der Aktien	84.000.000
Grundkapital in €	215.040.000
Gattung	Nennwertlose Inhaberstammaktien
Marktsegment/Index	Prime Standard/MDAX



Bericht des Aufsichtsrats



Dieter Ammer
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Im Geschäftsjahr 2005 hat uns der Vorstand in unseren Sitzungen und durch schriftliche Berichte zeitnah und umfassend unterrichtet. Wir haben den Vorstand beraten und die Führung der Geschäfte gemäß den uns nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung zugewiesenen Aufgaben sowie unter Beachtung der Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex laufend überwacht. Bedeutende Geschäftsvorgänge wurden anhand der Berichte des Vorstands im Plenum des Aufsichtsrats und in den jeweils zuständigen Ausschüssen ausführlich erörtert. Der Aufsichtsratsvorsitzende wurde laufend über alle wesentlichen Themen informiert. Darüber hinaus hat er sich mit dem Vorsitzenden des Vorstands über die strategische Ausrichtung des Konzerns, die Geschäftsentwicklung und das Risikomanagement regelmäßig beraten.

Im Berichtsjahr fanden sechs Aufsichtsratssitzungen statt. In den Sitzungen haben wir uns neben der aktuellen Geschäftsentwicklung und wichtigen geschäftlichen Einzelvorgängen mit zustimmungspflichtigen Maßnahmen des Vorstands beschäftigt und alle erforderlichen Zustimmungen erteilt. Wir stimmten etwa in der Aufsichtsratssitzung im November 2005 den Rahmenbedingungen einer Neuausrichtung der Consumer Supply Chain von Beiersdorf zu. Des Weiteren haben wir uns intensiv in mehreren Sitzungen mit dem Verkauf des fünfzigprozentigen Anteils der Beiersdorf AG an dem Joint Venture-Unternehmen BSN medical beschäftigt, diesen geprüft und genehmigt. Im November prüften wir eingehend die mittelfristige Unternehmensplanung einschließlich der Finanz-, Investitions- und Personalplanung und stimmten der vom Vorstand vorgelegten Jahresplanung des Konzerns für das Geschäftsjahr 2006 zu.

Der Aufsichtsrat hat ausführlich die neue Consumer Business Strategie des Vorstands mit diesem diskutiert und als gute Grundlage für die zukünftige Unternehmensentwicklung bewertet. Wir haben in der Septembersitzung ein neues Vergütungssystem für den Vorstand mit Wirkung ab dem Geschäftsjahr 2006 beschlossen. Die Grundzüge dieses neuen Vergütungssystems sind auf der Website der Gesellschaft veröffentlicht. Um unsere Beratungs- und Überwachungstätigkeit effizienter wahrnehmen zu können, haben wir im März 2005 Änderungen der Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat beschlossen.

Die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex für das Geschäftsjahr 2005 haben wir Ende Dezember 2005 abgegeben und den Aktionären auf der Website des Unternehmens zugänglich gemacht. Weitere Informationen zur Corporate Governance bei Beiersdorf, einschließlich unserer Stellungnahme zu den am 2. Juni 2005 beschlossenen neuen Empfehlungen des Kodex, sind im gemeinsamen Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat auf den folgenden Seiten zu finden.

Der Präsidialausschuss des Aufsichtsrats trat zu sechs Sitzungen zusammen; daneben wurden zwei Beschlüsse außerhalb von Sitzungen gefasst. Er erarbeitete Empfehlungen an den Aufsichtsrat betreffend die Nachfolge im Vorstand sowie die Neugestaltung der Vorstandsvergütung. Daneben befasste sich der Präsidialausschuss intensiv mit der neuen Consumer Business Strategie des Vorstands und bereitete eine Effizienzprüfung des Aufsichtsrats vor. Der Vermittlungsausschuss gemäß § 27 Abs. 3 MitbestG musste nicht zusammentreten. Der Prüfungs- und Finanzausschuss tagte dreimal, im März, im September und im Dezember 2005. Er befasste sich insbesondere mit dem Jahres- und Konzernabschluss sowie mit Fragen des Risikomanagements und bereitete die Vereinbarung mit



dem Abschlussprüfer vor. Des Weiteren hat der Prüfungs- und Finanzausschuss aus Gründen guter Corporate Governance eine internationale Ausschreibung der Abschlussprüfung für den Jahres- und Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2006 durchgeführt. Die jeweiligen Ausschussvorsitzenden berichteten dem Plenum regelmäßig und ausführlich über die Arbeit der Ausschüsse.

Die von der Hauptversammlung am 18. Mai 2005 als Abschlussprüfer gewählte und vom Aufsichtsrat beauftragte BDO Deutsche Warentreuhand Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft hat den Jahresabschluss der Beiersdorf AG und den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2005 sowie den Bericht über die Lage der Beiersdorf AG und des Konzerns geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Des Weiteren hat der Abschlussprüfer den im Hinblick auf die bestehende Mehrheitsbeteiligung der Tchibo Holding AG, Hamburg, vom Vorstand aufgestellten Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 AktG für das Geschäftsjahr 2005 geprüft und mit dem folgenden uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen:

„Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass 1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind, 2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war und 3. bei den im Bericht aufgeführten Maßnahmen keine Umstände für eine wesentlich andere Beurteilung als die durch den Vorstand sprechen.“

Unmittelbar nach ihrer Aufstellung wurden die Abschlüsse, der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns, der Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen sowie der Prüfungsbericht des Abschlussprüfers allen Mitgliedern des Aufsichtsrats ausgehändigt. Der Prüfungs- und Finanzausschuss des Aufsichtsrats hat eine Vorprüfung der Abschlüsse und Berichte sowie des Vorschlags zur Gewinnverwendung vorgenommen. In der Bilanzsitzung am 24. Februar 2006 wurden die oben genannten Abschlüsse und Berichte in Gegenwart des Abschlussprüfers, der über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung berichtete, umfassend behandelt und von uns geprüft. Nach dem abschließenden Ergebnis unserer Prüfung erheben wir keine Einwendungen gegen die Abschlüsse, den Bericht über die Lage der Beiersdorf AG und des Konzerns, den Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen einschließlich der hierin enthaltenen Schlusserklärung des Vorstands sowie gegen den Prüfungsbericht des Abschlussprüfers. Wir schließen uns daher dem Ergebnis der Abschlussprüfung an und billigen die vom Vorstand aufgestellten Abschlüsse der Beiersdorf AG und des Konzerns zum 31. Dezember 2005; der Jahresabschluss der Beiersdorf AG ist damit festgestellt. Dem Vorschlag des Vorstands zur Gewinnverwendung stimmen wir zu.

Im vergangenen Geschäftsjahr schieden zwei langjährige Mitglieder des Vorstands aus dem Unternehmen aus: Der Vorstandsvorsitzende der Gesellschaft, Herr Dr. Rolf Kunisch, wurde mit Wirkung ab Beendigung der Hauptversammlung am 18. Mai 2005 in den Ruhestand verabschiedet. Herr Uwe Wölfer, zuletzt zuständig für das Ressort Brands, trat am 31. Mai 2005 in den Ruhestand. Beiden möchten wir für ihr großes Engagement und ihre herausragenden Verdienste um Beiersdorf danken. Sie haben die Unternehmensentwicklung im letzten Jahrzehnt entscheidend geprägt.



In der Aufsichtsratssitzung im Januar 2005 wurde Herr Thomas-B. Quaas als Nachfolger von Herrn Dr. Kunisch zum neuen Vorstandsvorsitzenden ernannt. Herrn Markus Pinger bestellte der Aufsichtsrat zum 1. April 2005 als neues Vorstandsmitglied; er ist als Nachfolger von Herrn Quaas verantwortlich für das Ressort Supply Chain. Als Nachfolger von Herrn Wölfer bestellte der Aufsichtsrat Herrn Pieter Nota mit Wirkung vom 1. Mai 2005 zum neuen Vorstandsmitglied.

Im Aufsichtsrat gab es ebenfalls personelle Veränderungen: Herr Dr. Diethart Breipohl und Herr Jürgen Krause haben ihr Mandat mit Wirkung zum Ablauf der Hauptversammlung am 18. Mai 2005 niedergelegt. Wir danken Herrn Dr. Breipohl und Herrn Krause für die langjährige vertrauensvolle und konstruktive Zusammenarbeit.

Die Hauptversammlung hat Herrn Dr. Kunisch am 18. Mai 2005 als Anteilseignervertreter in den Aufsichtsrat gewählt. Herr Thorsten Irtz rückte als das für Herrn Krause gewählte Ersatzmitglied in den Aufsichtsrat nach und wurde zum stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt.

Dem Vorstand und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern danken wir für ihren hohen Einsatz und die geleistete Arbeit, die zu einem erfolgreichen Geschäftsjahr für Beiersdorf beigetragen haben. Auf Grundlage der neuen Consumer Business Strategie des Vorstands „Passion for Success“ sehen wir der zukünftigen Entwicklung des Unternehmens mit großer Zuversicht entgegen.

Hamburg, 24. Februar 2006

Für den Aufsichtsrat

Dieter Ammer

Vorsitzender



Corporate Governance bei Beiersdorf

Gute Unternehmensführung hat einen Namen: Corporate Governance

Beiersdorf begrüßt den von der Regierungskommission vorgelegten und zuletzt im Juni 2005 aktualisierten Deutschen Corporate Governance Kodex. Damit wird nicht nur Transparenz für die rechtlichen Rahmenbedingungen von Unternehmensleitung und -kontrolle in Deutschland geschaffen, sondern es werden darin auch allgemein anerkannte Standards für gute und verantwortungsbewusste Unternehmensführung etabliert.

Gute Corporate Governance hatte für Beiersdorf schon vor der Veröffentlichung des Kodex eine hohe Bedeutung. Erfolgsgrundlage sind seit jeher eine enge und effiziente Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat, die Achtung der Aktionärsinteressen, eine offene Unternehmenskommunikation, die ordnungsgemäße Rechnungslegung und Abschlussprüfung sowie ein verantwortungsbewusster Umgang mit Risiken. Daher wurden durch den Kodex und seine Anpassungen keine grundlegenden Änderungen bei Beiersdorf erforderlich.

Wir verstehen Corporate Governance als einen fortlaufenden Prozess und werden auch zukünftige Entwicklungen weiterhin aufmerksam verfolgen.

Entsprechenserklärung

Ende Dezember 2005 haben Vorstand und Aufsichtsrat die nachfolgende Entsprechenserklärung für das Geschäftsjahr 2005 zu den Empfehlungen des Kodex gemäß § 161 AktG abgegeben und den Aktionären auf der Website der Gesellschaft unter www.Beiersdorf.de dauerhaft zugänglich gemacht:

„Die Beiersdorf Aktiengesellschaft entsprach im Geschäftsjahr 2005 und entspricht den Empfehlungen der ‚Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex‘ in ihrer jeweils geltenden Fassung vom 21. Mai 2003 bzw. vom 2. Juni 2005 mit folgenden Ausnahmen:

Die Angaben zur Vergütung unserer Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder erfolgen nicht individualisiert (Kodex Ziffer 4.2.4 Satz 2 und Kodex Ziffer 5.4.7 Abs. 3 Satz 1).“

Zu den neuen Empfehlungen des Kodex

In den am 2. Juni 2005 von der Kodexkommission verabschiedeten neuen Empfehlungen sehen wir eine sinnvolle Weiterentwicklung des Kodex und einen weiteren Beitrag zu verantwortungsbewusster Unternehmensleitung und -kontrolle in Deutschland. Wie der Entsprechenserklärung von Vorstand und Aufsichtsrat für das Geschäftsjahr 2005 zu entnehmen ist, entsprach und entspricht Beiersdorf auch diesen neuen Kodexempfehlungen:

So sind beispielsweise die Entsprechenserklärungen zu den Empfehlungen des Kodex fünf Jahre lang über unsere Website zugänglich. Der Vorsitzende des Prüfungs- und Finanzausschusses des Aufsichtsrats, Herr Dr. Mahler, verfügt über umfassende Kenntnisse und Erfahrungen in der Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen und internen Kontrollverfahren. Wahlen zum Aufsichtsrat werden als Einzelwahl durchgeführt; bereits bei der Wahl des derzeitigen Aufsichtsrats durch die Hauptversammlung im Jahr 2004 wurde so verfahren. Anträge auf gerichtliche Bestellung von Aufsichtsratsmitgliedern werden bis zur nächsten Hauptversammlung befristet, um den Anteilseignern eine eigene Entscheidung



zu ermöglichen. Kandidatenvorschläge für den Aufsichtsratsvorsitz werden den Aktionären vor Beschlussfassung im Aufsichtsrat bekannt gegeben. Weder der Aufsichtsratsvorsitzende noch die Vorsitzenden der Aufsichtsratsausschüsse sind ehemalige Mitglieder des Beiersdorf Vorstands.

Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Vergütung der Vorstandsmitglieder für das Geschäftsjahr 2005 setzt sich aus einem fixen und einem variablen, an der Dividende orientierten Bestandteil zusammen. Daneben besteht für alle Vorstandsmitglieder eine Pensionszusage. Außerdem wird jedem Vorstandsmitglied ein Dienstwagen zur Verfügung gestellt. Konkrete Angaben zur Vergütung der Vorstandsmitglieder im Geschäftsjahr 2005 werden im Anhang zum Konzernabschluss auf der Seite 77 veröffentlicht.

Der für Vorstandsangelegenheiten zuständige Präsidialausschuss des Aufsichtsrats hat im Herbst 2005 ein neues Vergütungssystem für den Vorstand entwickelt und mit Wirkung zum Beginn des Geschäftsjahres 2006 umgesetzt. Dieses wurde auch im Aufsichtsrat beraten und von diesem genehmigt. Das neue Vergütungssystem berücksichtigt vor allem die Aufgaben des jeweiligen Vorstandsmitglieds und seine persönliche Leistung, aber auch die Leistung des Gesamtvorstands sowie die wirtschaftliche Lage, den Erfolg und die Aussichten des Unternehmens unter Berücksichtigung seines Vergleichsumfelds. Das Fixum wird – wie zuvor – als Grundvergütung in zwölf gleichen Teilen ausgezahlt. Hinzu kommt eine neue erfolgsabhängige variable Vergütung; diese löst die dividendenorientierte Tantieme ab. Die neue variable Vergütung ist an die nachhaltige Wertsteigerung des Unternehmens gekoppelt und abhängig von der Erreichung bestimmter unternehmensbezogener und persönlicher Zielvorgaben; sie enthält sowohl ein langfristiges als auch ein kurzfristiges Vergütungselement. Die Vergütung des Vorstands enthält kein Aktienoptionsprogramm oder vergleichbare wertpapierorientierte Anreize. Weitere Erläuterungen zur neuen Vorstandsvergütung finden Sie auf unserer Website unter www.Beiersdorf.de.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten nach § 15 der Satzung neben der Erstattung ihrer Barauslagen einen fixen und einen variablen, an der Dividende orientierten Vergütungsbestandteil. Durch Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung im Jahr 2004 wurde die Aufsichtsratsvergütung reduziert: Der feste Vergütungsbestandteil wurde leicht erhöht und der variable Bestandteil deutlich verringert, da dieser aufgrund der Dividendensteigerungen der vergangenen Jahre erheblich angestiegen war; dadurch wurde auch das Verhältnis zwischen fixem und variablem Bestandteil ausgeglichener gestaltet. Entsprechend der Empfehlung des Kodex, nach der die Vergütung der Verantwortung und dem Tätigkeitsumfang des jeweiligen Aufsichtsratsmitglieds Rechnung tragen und der Vorsitz im Aufsichtsrat in besonderer Weise berücksichtigt werden soll, erhalten der Vorsitzende des Aufsichtsrats das Zweieinhalbfache und seine beiden Stellvertreter jeweils das Eineinhalbfache der einfachen Aufsichtsratsvergütung. Mitglieder des Präsidial- und des Prüfungs- und Finanzausschusses werden für ihre Tätigkeit in diesen Ausschüssen gesondert vergütet. Im Anhang zum Konzernabschluss auf der Seite 77 sowie auf unserer Website unter www.Beiersdorf.de finden Sie weitere Angaben zur Vergütung unserer Aufsichtsratsmitglieder.



Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt, die Vorstands- und Aufsichtsratsvergütungen individualisiert offen zu legen. Im Einklang mit dem Gesetz über die Offenlegung der Vorstandsvergütungen wird Beiersdorf die Vergütungen der Vorstands- und auch der Aufsichtsratsmitglieder für das Geschäftsjahr 2006 individualisiert veröffentlichen. Für das Geschäftsjahr 2005 möchten wir auf Grundlage der geltenden gesetzlichen Vorgaben an der Veröffentlichung der Gesamtsumme der Vorstandsvergütungen – differenziert nach Fixum und Variable – festhalten, weil das Vergütungssystem für den Vorstand zum Beginn des Geschäftsjahres 2006 eine neue Systematik erhalten hat.

Meldepflichtige Wertpapiergeschäfte und Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der Gesellschaft sind nach § 15a WpHG gesetzlich verpflichtet, den Erwerb bzw. die Veräußerung von Aktien der Beiersdorf AG unverzüglich der Gesellschaft mitzuteilen. Der Beiersdorf AG sind im abgelaufenen Geschäftsjahr keine solchen Transaktionen gemeldet worden.

Die Mitglieder des Vorstands der Beiersdorf AG halten keine Aktien der Gesellschaft. Herr Michael Herz, Mitglied des Aufsichtsrats der Beiersdorf AG, hat der Gesellschaft gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihm seit dem 30. März 2004 50,46% der Stimmrechte an unserer Gesellschaft zustehen, die ihm vollständig nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zuzurechnen sind (indirekter Aktienbesitz). Die übrigen Mitglieder des Aufsichtsrats halten keine Aktien der Gesellschaft.

Weitere Informationen zur Corporate Governance bei Beiersdorf

Ausführlichere Informationen zur Tätigkeit des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse sowie zur Zusammenarbeit von Aufsichtsrat und Vorstand finden sich im Bericht des Aufsichtsrats auf den vorhergehenden Seiten.

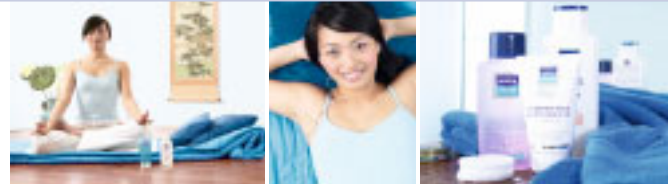
Transparenz und der Anspruch, unsere Aktionäre und die Öffentlichkeit schnell, umfassend und gleichzeitig zu informieren, haben für uns eine hohe Priorität. Daher werden aktuelle Entwicklungen und wichtige Unternehmensinformationen zeitnah auf unserer Website (www.Beiersdorf.de) zur Verfügung gestellt. Neben detaillierten Erläuterungen zur Corporate Governance bei Beiersdorf werden dort weitergehende Informationen zu Vorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung, die Berichte des Unternehmens (Jahresabschlüsse und Zwischenberichte), ein Finanzkalender zu allen wesentlichen Terminen und Veröffentlichungen, Ad-hoc-Meldungen und meldepflichtige Wertpapiergeschäfte (Directors' Dealings) veröffentlicht.

Hamburg, 24. Februar 2006

Beiersdorf Aktiengesellschaft

Der Aufsichtsrat

Der Vorstand



Bestätigungsvermerk

Wir haben den von der Beiersdorf Aktiengesellschaft aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2005 bis 31. Dezember 2005 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung sowie unter ergänzender Beachtung der International Standards on Auditing (ISA) vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns überwiegend auf Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichende Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Hamburg, 9. Februar 2006

BDO Deutsche Warentreuhand Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Rohardt
Wirtschaftsprüfer

zu Inn- u. Knyphausen
Wirtschaftsprüfer



Zahlen und Fakten: Unsere Strategie auf einen Blick und unsere wirtschaftliche Entwicklung 2005



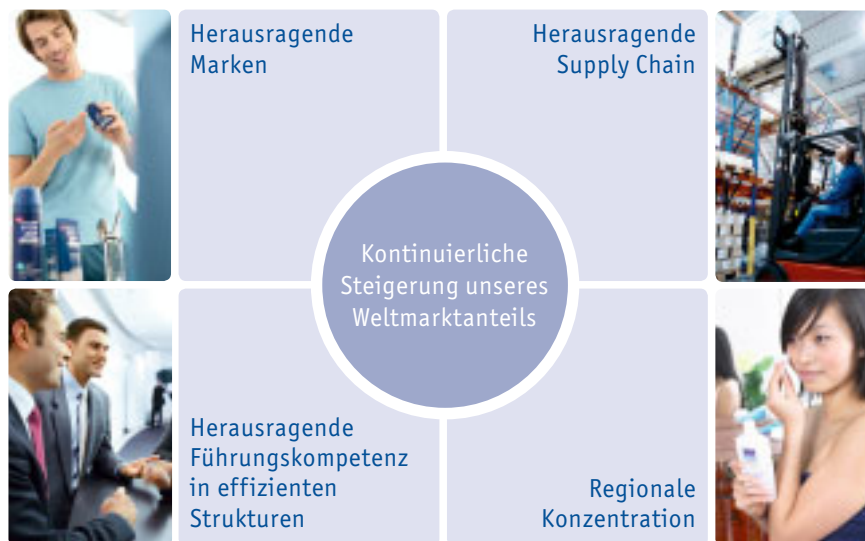
Geschäft und Strategie

Consumer Business Strategie

Beiersdorf konzentriert sich als international führendes Markenartikelunternehmen für Haut- und Schönheitspflege auf die Erfüllung von Verbraucherwünschen. Die Basis unseres Erfolgs sind unsere international führenden Marken wie NIVEA, Eucerin und la prairie, mehr als 100 Jahre Erfahrung in Forschung und Entwicklung und unsere weltweit starke Präsenz.

Unser Ziel ist es, unsere Marktanteile durch qualitatives Wachstum zu steigern. Gleichzeitig wollen wir unsere gute Ertragsbasis weiter ausbauen, um auch in Zukunft die Wünsche und Bedürfnisse unserer Verbraucher mit Innovationen erfüllen zu können. Damit sind wir für den internationalen Wettbewerb bestens aufgestellt.

Unsere Strategie „**Passion for Success**“ beruht auf vier Eckpfeilern:



- **Herausragende Marken:** Um unseren Verbrauchern auf sie zugeschnittene Produkte von hoher Qualität anbieten zu können, beschäftigen wir uns gezielt mit ihren Wünschen und Bedürfnissen. Wir konzentrieren uns innerhalb unseres Innovationsprozesses auf schlagkräftige Produktneuheiten und werden diese noch schneller auf den Markt bringen. Eine optimale Präsentation im Handel wird durch die Stärke unserer Marken und den effizienten Einsatz unserer Marketing- und Vertriebsinvestitionen erreicht. Wir werden die Qualitätsstandards in der Werbung weiter anheben, um eine überzeugendere und stärkere Abgrenzung zum Wettbewerb zu erzielen.



- **Herausragende Supply Chain:** Wir streben nach erstklassiger Produkt- und Servicequalität, verbunden mit hoher Effizienz. Eine zentral gesteuerte, prozessorientierte Supply Chain muss genau auf unser Geschäftsmodell sowie unsere Märkte und Marktpartner zugeschnitten sein. Durch eine lückenlose globale Vernetzung aller Fertigungs- und Logistikzentren sowie Standardisierung des Produktsortiments etablieren wir eine perfekt aufeinander abgestimmte Lieferkette. Diese sollte ein hohes Maß an Wirtschaftlichkeit erreichen und möglichst wenig Kapital binden.
- **Regionale Fokussierung:** Wir agieren im weltweiten Wettbewerb. Um unser Wachstum zu beschleunigen, definieren wir klare geografische Prioritäten. Neben unserem Schwerpunkt Westeuropa stehen die Zukunftsmärkte China, Russland, Brasilien und Indien im Mittelpunkt unserer Aktivitäten. In diesen definierten Märkten erwarten wir überdurchschnittliche Wachstumsraten. Für größere Regionen, wie zum Beispiel Lateinamerika und Asien, werden wir zusätzlich Konzepte entwickeln, die gezielt auf die speziellen Bedürfnisse der lokalen Verbraucher abgestimmt sind. Für die meisten unserer Produktkategorien werden wir international einheitliche Standards haben.
- **Herausragende Führungskompetenz in effizienten Strukturen:** Wir werden uns im Wettbewerb noch erfolgreicher zeigen, weil wir verstärkt auf Leistung, Veränderung und Innovation auf allen Ebenen unseres Unternehmens setzen. Talente, Führungskompetenzen und schlanke und effiziente Strukturen werden wir fördern. Wir haben klare zentrale Entscheidungs- und Führungsstrukturen mit klar definierten lokalen Verantwortlichkeiten.

Wir wollen unseren Anteil am Weltmarkt kontinuierlich steigern. Dies werden wir durch stetiges Wachstum aus eigener Kraft und durch gezielte Akquisitionen im Rahmen unserer Strategie erreichen.

tesa Strategie

tesa ist einer der weltweit führenden Hersteller technischer Klebebänder. Zuverlässige Qualität, hohe Innovationsleistung und die Nutzung überlegener Technologien sind Kernelemente unserer Markenphilosophie und unseres Erfolgs.

Im Vordergrund unseres Handelns stehen unsere Kunden, für die wir effektive Problemlösungen erarbeiten. Diese dienen zur Optimierung und Effizienzsteigerung industrieller Produktionsprozesse ebenso wie zur verbesserten Gestaltung des Umfelds zu Hause und im Büro.



In der Entwicklung überlegener, marktgerechter Produktsysteme unter der Marke tesa stehen folgende Aspekte im Mittelpunkt:

- umfassendes Verständnis der Kundenbedürfnisse, der Produktionsprozesse, der Marktanforderungen sowie der Industrietrends,
- umfassendes Verständnis der Wünsche und Bedürfnisse unserer Verbraucher sowie der Anforderungen unserer Handelspartner, damit sie effizient und mit hoher Flächenproduktivität umgesetzt werden können,
- nachhaltige Qualifikation unserer Mitarbeiter und kontinuierliche Verbesserung unserer Geschäftsprozesse für eine effiziente, sachkonforme und schnelle Umsetzung.



In der Steuerung unserer Geschäftsaktivitäten auf internationaler Ebene konzentrieren wir uns auf folgende Faktoren:

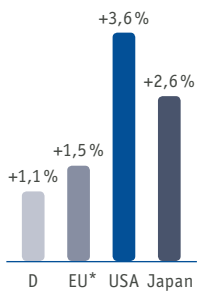
- den Ausbau globaler Strukturen im Industriegeschäft mit dem Ziel, unseren Kunden weltweit homogene Lösungsansätze von gleich bleibend hoher Qualität anbieten zu können,
- den Ausbau internationaler Strukturen im Endverbrauchergeschäft mit besonderem Fokus auf Europa, speziell Osteuropa, um unseren Handelspartnern international effektive und marktgerechte Sortimentslösungen bieten zu können,
- die Absicherung weltweit einheitlicher Qualitätsstandards unter gleichzeitiger Berücksichtigung umweltfreundlicher Technologiebausteine.



Wirtschaftliches Umfeld

Allgemeine wirtschaftliche Lage

Wachstum reales Bruttoinlandsprodukt 2005 gegenüber Vorjahr



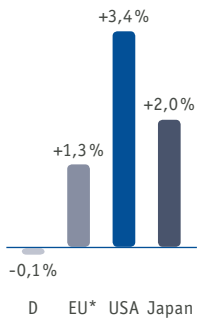
Die Weltwirtschaft stand 2005 weiterhin unter dem Einfluss steigender Energiepreise. Der Zuwachs der globalen gesamtwirtschaftlichen Produktion betrug ungefähr 3%, erreichte damit trotz gestiegener Ölpreise fast den Vorjahreswert und zeigte weiter einen stabilen Aufwärtstrend. Die größten Wachstumsimpulse gingen wieder von den Emerging Markets aus, die über drei Jahre kumuliert 15% Wachstum erzielt haben.

Von den Industrieländern übertrafen vor allem die USA die Erwartungen; sie erreichten ein Wachstum von 3,6%. Allerdings verstärkten sich in den USA auch für die wirtschaftliche Entwicklung belastende Faktoren. Der Produktivitätsanstieg verlangsamte sich und der erhöhte Ölpreis entzog dem Markt massiv Kaufkraft.

In Lateinamerika setzte sich das starke Wachstum des vergangenen Jahres in nur leicht abgeschwächter Form fort.

Die japanische Konjunktur zeigte sich mit einem moderaten Wachstum in einer stabilen Verfassung. Die asiatischen Schwellenländer entwickelten sich weiterhin mit hohen Wachstumsraten. Dies galt insbesondere für China.

Wachstum privater Konsum 2005 gegenüber Vorjahr



Im Euroraum war das Wachstum uneinheitlich. Insgesamt entwickelte sich die Wirtschaft infolge durchgeführter Restrukturierungen sowie der spürbaren Aufwertung des US-Dollars leicht positiv. In erster Linie konnten die Exportsektoren von dieser Verbesserung profitieren, während die Inlandsnachfrage sich im Euroraum weiterhin nur schwach entwickelte.

Die wirtschaftliche Entwicklung in den mittel- und osteuropäischen Staaten war durch ein robustes Wachstum der Binnennachfrage gekennzeichnet.

Absatzmarktentwicklung

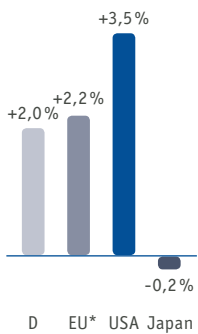
Der Kosmetikmarkt wuchs im vergangenen Jahr weltweit um durchschnittlich etwa 3 bis 4%. Wieder stellte sich die Entwicklung in den einzelnen Regionen sehr unterschiedlich dar. Während in Westeuropa und den USA die Nachfrage nur langsam zunahm beziehungsweise stagnierte, wuchsen die Märkte in Osteuropa, Lateinamerika und Asien überdurchschnittlich.

Das Wachstum des Klebebandmarktes war mit einer Entwicklung von unter 2% verhalten. Guten Wachstumsraten in den elektronischen Segmenten, vor allem in Asien, standen in Europa eine schwierige und in Nordamerika eine schwache Automobilbranche gegenüber. Im Endverbrauchermarkt stagnierten die Märkte des Bürobedarfs und erstmals konnte im Bereich der Bau- und Heimwerkermärkte nicht mehr in allen Ländern Wachstum erzielt werden.

Beschaffungsmarktentwicklung

In den Beschaffungsmärkten führte die dramatische Entwicklung an den Rohölmärkten mit einem historischen Höchststand des Rohölpreises und eine weiterhin dynamische Nachfrageentwicklung in Fernost mit teilweisen Verknappungen bei Rohmaterialien zu verstärktem Preisdruck in einzelnen Beschaffungsmärkten. Darüber hinaus induzierte der relativ starke Euro eine Verteuerung der Importe unserer weltweiten Tochtergesellschaften von Lieferanten aus den Euroländern. Durch integrative Supply Chain Aktivitäten und eine aktive Gestaltung der Beschaffungsstrategien konnte diesen Kostensteigerungen begegnet werden.

Inflationsrate 2005 gegenüber Vorjahr

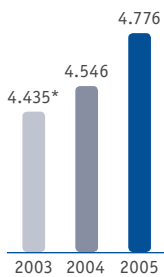


* EU 12 „Euroland“



Geschäftsentwicklung Konzern

Umsatzentwicklung Konzern
(in Mio. €)



* angepasst an neue
Berichtsstruktur

Konzern Gewinn- und Verlustrechnung

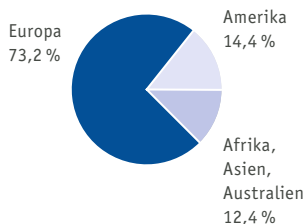
01.01. – 31.12. (in Mio. €)	2004	2005	Entw. in %
Umsatzerlöse	4.546	4.776	5,1 %
Kosten der umgesetzten Leistungen	-1.613	-1.658	2,8 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.933	3.118	6,3 %
Marketing- und Vertriebskosten	-2.087	-2.200	5,4 %
Forschungs- und Entwicklungskosten	-101	-109	8,1 %
Allgemeine Verwaltungskosten	-233	-235	0,9 %
Sonstiges betriebliches Ergebnis	-29	-43	46,7 %
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	483	531	10,0 %
Finanzergebnis	9	4	-53,6 %
Ergebnis vor Steuern	492	535	8,8 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-190	-200	5,3 %
Jahresüberschuss	302	335	11,0 %

Umsatz

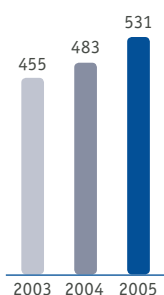
Unser Umsatz wuchs bereinigt um Wechselkursveränderungen um 3,9%. Der Unternehmensbereich Consumer entwickelte sich mit 4,0%, tesa wuchs um 3,0%. Zu aktuellen Kursen erreichten wir ein Wachstum von 5,1% auf 4.776 Mio. €.

Geprägt durch die weiterhin zurückhaltende Entwicklung in großen Consumer-Märkten Westeuropas entwickelte sich der Konzern-Umsatz in Europa mit 2,7% (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Kursen erreichten wir ein Wachstum von 3,3% auf 3.498 Mio. €. In Amerika wurde die Entwicklung durch das starke Wachstum in Lateinamerika sowie von la prairie in den USA geprägt. In Nordamerika war der Umsatz aufgrund des schwachen Marktumfelds und einer Sortimentsbereinigung im Consumer-Geschäft rückläufig. Das Wachstum in Amerika insgesamt betrug 3,4% (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Kursen stieg der Umsatz um 8,2% und erreichte 687 Mio. €. Mit einem Wachstum von 11,8% (bereinigt um Wechselkursveränderungen) entwickelte sich unser Umsatz in der Region Afrika/Asien/Australien sehr gut. Zu aktuellen Kursen stieg der Umsatz um 12,9% auf 591 Mio. €.

Konzernumsatz
Anteile der Regionen



Betriebliches Ergebnis (EBIT)
(in Mio. €)



Betriebliches Ergebnis (EBIT)

Das EBIT wurde auf 531 Mio. € (Vorjahr: 483 Mio. €) gesteigert. Die EBIT-Umsatzrendite stieg auf 11,1% (Vorjahr: 10,6%). Der Unternehmensbereich Consumer erreichte ein EBIT von 470 Mio. € (Vorjahr: 433 Mio. €). Die Umsatzrendite erreichte 11,6% (Vorjahr: 11,3%). Der Unternehmensbereich tesa steigerte das EBIT auf 61 Mio. € (Vorjahr: 50 Mio. €) und die Umsatzrendite auf 8,4% (Vorjahr: 7,1%).

In Europa erzielten wir ein Ergebnis von 465 Mio. € (Vorjahr: 426 Mio. €). Die Umsatzrendite stieg auf 13,3% (Vorjahr: 12,6%). Das Ergebnis in Amerika stieg auf 21 Mio. €



(Vorjahr: 10 Mio. €). Die Umsatzrendite lag bei 3,0% (Vorjahr: 1,5%). In Afrika/Asien/Australien erreichte das EBIT 45 Mio. € (Vorjahr: 47 Mio. €). Die Umsatzrendite lag bei 7,7% (Vorjahr: 9,1%).

Aufwand/Sonstiges betriebliches Ergebnis

Die Kosten der umgesetzten Leistungen stiegen mit 2,8% unterproportional zum Umsatz. Effizienzsteigerungen in der Produktion, gesenkte Einstandskosten bei Rohstoffen und Verpackungen sowie eine Verbesserung des Sortimentsmix beeinflussten die Kostenentwicklung positiv.

Die überproportionale Steigerung der Marketing- und Vertriebskosten um 5,4% ermöglichte es uns, unsere Marktposition weiter auszubauen. Den in dieser Position ausgewiesenen Aufwand für Werbung, Handelsmarketing und ähnliche Positionen erhöhten wir um 6,2% auf 1.417 Mio. € (Vorjahr: 1.334 Mio. €).

Infolge unserer verstärkten Aktivitäten steigerten wir die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung planmäßig um 8,1% auf 109 Mio. €. Mit einer unterproportionalen Entwicklung von 0,9% konnte der Anteil der Allgemeinen Verwaltungskosten bezogen auf den Umsatz gesenkt werden.

Das sonstige betriebliche Ergebnis lag bei -43 Mio. € (Vorjahr: -29 Mio. €). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen reduzierten sich insbesondere durch geringere Abschreibungen auf Warenzeichen und ähnliche immaterielle Vermögenswerte. Die sonstigen betrieblichen Erträge verringerten sich durch geringere Auflösungen von Rückstellungen.

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis verringerte sich auf 4 Mio. € (Vorjahr: 9 Mio. €). Geringeren Zinsaufwendungen für Finanzverbindlichkeiten standen im Saldo höhere Zinsaufwendungen für Pensionen gegenüber. Durch Effekte im Zusammenhang mit dem Verkauf sanken die im Finanzergebnis ausgewiesenen Erträge aus dem Unternehmen BSN medical auf 20 Mio. € (Vorjahr: 22 Mio. €).

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Steuersatzsenkungen in einigen europäischen Ländern unterstützten den unterproportionalen Anstieg der Steuern. Damit sank die Steuerquote auf 37,4% (Vorjahr: 38,7%).

Jahresüberschuss

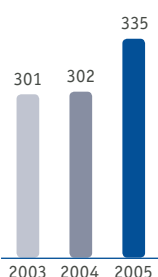
Der Konzern-Jahresüberschuss erreichte trotz des geringeren Finanzergebnisses 335 Mio. € (Vorjahr: 302 Mio. €). Die Umsatzrendite nach Steuern lag damit bei 7,0% (Vorjahr: 6,6%).

Ergebnis je Aktie/Dividende

Das Ergebnis je Aktie erhöhte sich auf 4,36 € (Vorjahr: 3,88 €). Berechnet wurde dieser Wert auf Grundlage der dividendenberechtigten Aktienzahl von 75.606.328 Stück.

Der Vorstand und der Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung vorschlagen, eine Dividende in Höhe von 1,70 € je dividendenberechtigte Stückaktie auszuschütten.

Jahresüberschuss Konzern
(in Mio. €)

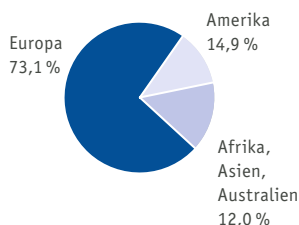




Geschäftsentwicklung Unternehmensbereiche

Consumer (in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/ Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2005	2.953	602	486	4.041
Veränderungen (wechselkursbereinigt)	3,0%	3,2%	11,6%	4,0%
Veränderungen (nominal)	3,6%	8,0%	12,6%	5,2%
EBIT 2005	417	18	35	470
EBIT Umsatzrendite 2005	14,1%	2,9%	7,3%	11,6%
EBIT 2004	384	11	38	433
EBIT Umsatzrendite 2004	13,5%	1,9%	8,9%	11,3%

Umsatz Consumer
Anteile der Regionen



In einem schwierigen Marktumfeld haben wir unseren Umsatz, bereinigt um Wechselkursveränderungen, um 4,0% gesteigert. Zu aktuellen Kursen entwickelte sich der Umsatz um +5,2% auf 4.041 Mio. €.

Das EBIT erreichte 470 Mio. € (Vorjahr: 433 Mio. €). Damit lag die EBIT-Umsatzrendite bei 11,6% (Vorjahr: 11,3%).

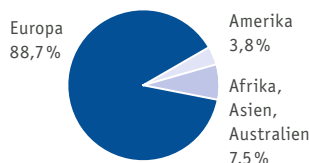
In großen europäischen Ländern prägte immer noch eine verhaltene Konsumstimmung die Marktsituation. Auf allen Märkten hat der Wettbewerbsdruck deutlich zugenommen. Dennoch konnten wir den NIVEA-Umsatz in allen Regionen steigern. Weltweit erreichten wir mit NIVEA ein Wachstum von 4,8% (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Besonders gut entwickelten sich die Submarken NIVEA FOR MEN, NIVEA Deo sowie NIVEA Hair Care Styling.

Neben der Umsatzentwicklung wird der Erfolg der Marke auch durch die Anzahl der Märkte bestimmt, in denen NIVEA die Marktführerschaft einnimmt. Im Berichtsjahr konnten wir die Anzahl unserer Nummer 1 Positionen in den von uns bearbeiteten Märkten erneut erhöhen.

Eucerin erzielte mit 10,1%, bereinigt um Wechselkursveränderungen, wieder ein starkes Wachstum. Besonders erfolgreich waren die Produkte im Segment Trockene Haut. Im 4. Quartal 2005 wurde mit dem Relaunch von Eucerin Empfindliche Haut der Neuauftritt der Marke eingeleitet, der für 2006 weitere Wachstumsimpulse geben wird.

Im Bereich der hochwertigen Depot-Kosmetik erzielte die La Prairie Gruppe eine Steigerung von 11,2% (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Besonders erfolgreich waren Produkte aus dem Skin Caviar Sortiment und die Einführung des exklusiven Dufts Silver Rain.

Betriebliches Ergebnis
(EBIT) Consumer
Anteile der Regionen





Bei den Pflastermarken Hansaplast/Elastoplast konnte in einem stagnierenden Gesamtmarkt mit neuen Produkten wie den flüssigen Pflastern, den Silber-Pflastern und den Wärme-Therapie Pads eine positive Umsatzentwicklung erzielt werden. Das Basisgeschäft war dagegen rückläufig. Insgesamt lag der Umsatz leicht unter Vorjahr.

Consumer Umsatzentwicklung Europa

(in Mio. €)	Deutschland	Westeuropa (ohne Deutschland)	Osteuropa	Gesamt
Umsatz 2005	1.008	1.591	354	2.953
Veränderungen (wechsellkursbereinigt)	0,9 %	2,6 %	12,3 %	3,0 %
Veränderungen (nominal)	0,9 %	2,5 %	17,7 %	3,6 %

In der **Region Europa** wuchs der Consumer-Umsatz um 3,0%, bereinigt um Wechselkursveränderungen. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 3,6% auf 2.953 Mio. € (Vorjahr: 2.852 Mio. €).

In **Deutschland** steigerten wir den Umsatz um 0,9%. Dabei lag der Umsatz mit Kunden in Deutschland um 0,8% über dem des Vorjahres. In dem weiterhin stagnierenden Markt für Körperpflege und Kosmetik entwickelten sich NIVEA FOR MEN, NIVEA SUN (Einführung von Sofortschutz) und NIVEA Deo (Einführung von PURE) besonders positiv. Trotz der weiter anhaltenden Kaufzurückhaltung der Konsumenten setzten wir uns mit zahlreichen Neueinführungen im Markt durch. Ein gutes Wachstum erreichte unsere Marke Eucerin im Apothekengeschäft, insbesondere im Bereich Trockene Haut.

Die Exporte aus Deutschland an Kunden in Ländern, in denen Beiersdorf nicht mit eigenen Gesellschaften vertreten ist, stiegen um 1,8%. Besonders positiv entwickelte sich weiterhin das Exportgeschäft in den Mittleren Osten.

In **Westeuropa (ohne Deutschland)** konnte der Umsatz um 2,6% gesteigert werden. Überaus gut entwickelte sich unser Umsatz in Spanien mit +9,5%, getrieben durch die sehr gute Entwicklung von NIVEA body und NIVEA FOR MEN. Auch in den Niederlanden und Portugal verzeichneten wir überdurchschnittliche Wachstumsraten.

In **Osteuropa** erreichten wir mit 12,3% ein zweistelliges Wachstum. Zu dieser guten Entwicklung trugen alle großen Gesellschaften bei, insbesondere auch Russland mit NIVEA FOR MEN, NIVEA Bath Care und NIVEA Hair Care. In Polen trugen insbesondere die Umsätze mit NIVEA VISAGE zum Wachstum bei.

Das Consumer-EBIT in Europa stieg auf 417 Mio. € (Vorjahr: 384 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 14,1% (Vorjahr: 13,5%).

**Consumer Umsatzentwicklung Amerika**

(in Mio. €)	Nordamerika	Lateinamerika	Gesamt
Umsatz 2005	325	277	602
Veränderungen (wechselkursbereinigt)	-2,0%	10,7%	3,2%
Veränderungen (nominal)	-0,8%	20,5%	8,0%

In der **Region Amerika** erzielten wir, bereinigt um Wechselkursveränderungen, ein Umsatzwachstum von 3,2%. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 8,0% auf 602 Mio. € (Vorjahr: 557 Mio. €).

In **Nordamerika** gab es ein insgesamt schwieriges Umfeld mit starken Aktivitäten des Wettbewerbs. Der Umsatz (bereinigt um Wechselkursveränderungen) lag 2,0% unter dem Vorjahr. Mit Produkten der exklusiven Kosmetik entwickelte sich der Umsatz unserer Gesellschaft La Prairie, Inc. mit über 11% sehr positiv.

Der Umsatz in **Lateinamerika** stieg zweistellig, um 10,7%. Fast alle Länder Lateinamerikas trugen zum Teil mit hohen zweistelligen Wachstumsraten zum Wachstum in dieser Region bei. Lediglich Mexiko entwickelte sich auf Grund des durch die Hurrikan-Schäden beeinträchtigten Marktwachstums schwächer.

Das Consumer-EBIT dieser Region stieg auf 18 Mio. € (Vorjahr: 11 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 2,9% (Vorjahr: 1,9%).

Consumer Umsatzentwicklung Afrika/Asien/Australien

(in Mio. €)	Afrika/Asien/ Australien
Umsatz 2005	486
Veränderungen (wechselkursbereinigt)	11,6%
Veränderungen (nominal)	12,6%

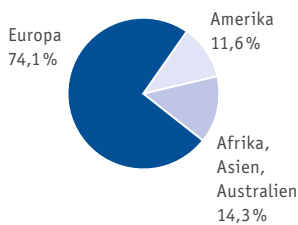
Die **Region Afrika/Asien/Australien** erreichte mit 11,6%, bereinigt um Wechselkursveränderungen, erneut ein zweistelliges Wachstum. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 12,6% auf 486 Mio. € (Vorjahr: 431 Mio. €).

In China konnte die Wachstumsrate weiter bei über 50% gehalten werden. Dabei waren insbesondere NIVEA FOR MEN und NIVEA VISAGE erfolgreich. Auch fast alle anderen Gesellschaften in dieser Region erzielten sehr gute Wachstumsraten. Erfolgreiche Neueinführungen wie NIVEA body Q10 und NIVEA VITAL in Japan sowie NIVEA Deo in Singapur/Malaysia stützten diese Entwicklung.

Das Consumer-EBIT dieser Wachstumsregion lag bedingt durch hohe Marketinginvestitionen bei 35 Mio. € (Vorjahr: 38 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite bei 7,3% (Vorjahr: 8,9%).

**tesa**

(in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/ Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2005	545	85	105	735
Veränderungen (wechselkursbereinigt)	1,1%	4,8%	12,3%	3,0%
Veränderungen (nominal)	1,6%	9,5%	14,5%	4,1%
EBIT 2005	48	3	10	61
EBIT Umsatzrendite 2005	8,8%	3,6%	9,9%	8,4%
EBIT 2004	42	-1	9	50
EBIT Umsatzrendite 2004	7,8%	-0,9%	9,8%	7,1%

Umsatz tesa
Anteile der Regionen

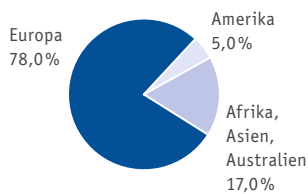
Der tesa Umsatz stieg, bereinigt um Wechselkursveränderungen, um 3,0%. Zu aktuellen Kursen erhöhte sich der Umsatz um 4,1% auf 735 Mio. € (Vorjahr: 706 Mio. €). Trotz des weiterhin schwierigen wirtschaftlichen Umfelds steigerte tesa das EBIT auf 61 Mio. € (Vorjahr: 50 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite stieg auf 8,4% (Vorjahr: 7,1%).

Im Industriegeschäft entwickelten sich das Direktgeschäft und das Handelsgeschäft gleichermaßen positiv. Im Direktgeschäft verzeichneten wir mit den erfolgreichen Sortimenten für die Papier- und Druck- sowie für die Elektronikindustrie erneut ein starkes Wachstum und erweiterten die Sortimente um neue Spezialprodukte. Zum Sortiment für Stanzlinge zur Verklebung elektronischer Bauteile z. B. in Mobiltelefonen, Digital-kameras und LCD-Bildschirmen kamen Produktvarianten hinzu, die im neuen tesa Werk in China entwickelt und produziert wurden.

Im Direktgeschäft gaben innovative Produkte für die Automobilindustrie neue Impulse. Wir konnten unseren Marktanteil im Bereich der Lösungen zum Bündeln und Fixieren von Kabelsätzen mit neuen Systemvarianten, die sich in der Produktion kosteneffizienter als herkömmliche Filz- und Schaumprodukte einsetzen lassen, erweitern.



Betriebliches Ergebnis
(EBIT) tesa
Anteile der Regionen



Im Bereich der Sicherheitstechnologien haben wir das Holospot-System für den Fälschungsschutz bei renommierten Kunden erfolgreich etabliert. Im Fokus liegt der Einsatz bei Autoersatzteilen, in der Kosmetik- und Pharmaindustrie sowie bei Herstellern hochwertiger Luxusartikel. Ein neues laserbasiertes System zur fälschungssicheren Kennzeichnung von Autoscheiben wurde bei ersten Anwendern in der Serienfertigung eingesetzt. Die Umsätze dieses Segments stiegen auch durch kundenindividuelle Lösungen mit Sicherheitsverpackungsbändern und -etiketten (Temper Evident) stark an. Neue Produkte zur Transportsicherung beweglicher Teile von elektronischen Geräten stießen im Markt ebenso auf große Resonanz.

Im Bereich des industriellen Handelsgeschäfts konnten wir die Marktanteile bei Abdeckbändern für Maler und Lackierer und andere Anwendungen gegen den Trend des Marktes deutlich steigern. Erfolgreich führten wir ein neues Hochleistungs-Abdeckband für besonders empfindliche Oberflächen und scharfe, saubere Lackkanten ein.

Das Endverbrauchergeschäft entwickelte sich mit leichtem Umsatzzuwachs trotz anhaltender Kaufzurückhaltung zufrieden stellend. Ein zweistelliges Umsatzwachstum verzeichnete erneut Osteuropa. Das erfolgreiche Sortiment fest montierbarer Fliegengitter aus Aluminium haben wir um ein neuartiges Rollosystem für Fenster und Türen erweitert, das sich besonders leicht montieren lässt. Zusätzlich unterstützen wir die Verbraucher durch ein breites Serviceangebot wie Montagehilfen im Internet und eine Telefon-Hotline.

Sehr erfolgreich verlief die Einführung neuer, besonders dekorativer Metallhaken, Hakenleisten und Kunststoffhaken auf Basis der rückstandsfrei entfernbaren Powerstrips.

Das 2004 eingeführte Sortiment der Klebe- und Korrekturroller haben wir europaweit im Markt etabliert – mit starker Nachfrage bei Handel und Verbrauchern. Durch eine Neustrukturierung und verschiedene Innovationen entwickelte sich das Sortiment der Packbänder besonders dynamisch.

Geschäftsentwicklung BSN medical GmbH & Co. KG

Die BSN medical GmbH & Co. KG ist ein weltweit tätiges Gemeinschaftsunternehmen der Beiersdorf AG und der Smith & Nephew plc. Die Hauptgeschäftsfelder sind professionelle Wundversorgung, Orthopädie und Phlebologie. Der Umsatz erreichte im vergangenen Jahr 526 Mio. € (Vorjahr: 504 Mio. €). Der Jahresüberschuss betrug 40 Mio. € (Vorjahr: 45 Mio. €) und enthielt Sonderbelastungen von etwa 10 Mio. € im Zusammenhang mit der Veräußerung.

Am 16. Dezember 2005 wurde der Vertrag über den Verkauf der Gesellschaft an Montagu Private Equity unterzeichnet. Der Verkauf wird voraussichtlich im ersten Quartal 2006 wirksam werden. In der Konzernbilanz der Beiersdorf AG wird die Gesellschaft unter den zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten ausgewiesen.



Vermögenslage Konzern

Bilanz

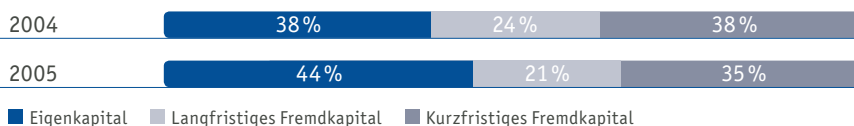
Aktiva (in Mio. €)	31.12.2004	31.12.2005
Langfristige Vermögenswerte	1.062	962
Vorräte	558	536
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	791	926
Flüssige Mittel	290	483
	2.701	2.907

Passiva (in Mio. €)	31.12.2004	31.12.2005
Eigenkapital	1.033	1.293
Langfristige Rückstellungen	489	430
Langfristige Verbindlichkeiten	155	171
Kurzfristige Rückstellungen	357	407
Kurzfristige Verbindlichkeiten	667	606
	2.701	2.907

Die langfristigen Vermögenswerte verringerten sich im Wesentlichen durch folgende Entwicklungen: Die immateriellen Vermögenswerte sanken durch Abschreibungen, im Sachanlagevermögen standen sich Investitionen und Abschreibungen in nahezu gleicher Höhe gegenüber, langfristige Finanzanlagen wurden verkauft. Wegen der bevorstehenden Veräußerung wurde die Beteiligung an dem Gemeinschaftsunternehmen BSN medical in die kurzfristigen Vermögenswerte umgegliedert. Höhere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und die Umbuchung der Beteiligung führten zu einem Anstieg der sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte. Die Flüssigen Mittel stiegen deutlich an. Die Nettoliquidität (Flüssige Mittel abzüglich kurzfristige Finanzverbindlichkeiten) erhöhte sich von 105 Mio. € auf 409 Mio. €.

Die Verringerung der langfristigen Rückstellungen ist insbesondere bedingt durch die teilweise Ausfinanzierung von tesa Pensionsverpflichtungen. Die langfristigen Verbindlichkeiten stiegen durch die Aufnahme lokaler Darlehen zur Finanzierung des Aufbaus der neuen tesa Produktionsstätte in China. Bei den kurzfristigen Rückstellungen erhöhten sich die Steuer-rückstellungen und die sonstigen operativen Rückstellungen. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten sanken durch den Abbau der Finanzverbindlichkeiten. Der Eigenkapitalanteil erhöhte sich auf 44% (Vorjahr: 38%). Der Anteil des langfristigen Fremdkapitals sank auf 21% (Vorjahr: 24%), der Anteil des kurzfristigen Fremdkapitals auf 35% (Vorjahr: 38%).

Finanzierungsstruktur





Finanzlage Konzern

Kapitalflussrechnung		
(in Mio. €)	2004	2005
Flüssige Mittel Anfang	828	290
Brutto-Cashflow	493	435
Mittelveränderung Netto-Umlaufvermögen	58	59
Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit	551	494
Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit	-104	-52
Free-Cashflow	447	442
Rückkauf eigener Aktien	-955	-
Mittelveränderung sonstige Finanzierungstätigkeit	-24	-265
Sonstige Veränderungen	-6	16
Veränderung der Flüssigen Mittel	-538	193
Flüssige Mittel Ende	290	483

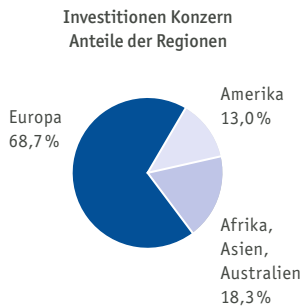
Trotz des höheren Betrieblichen Ergebnisses lag der Brutto-Cashflow mit 435 Mio. € um 58 Mio. € unter Vorjahr. Dies lag an der Verringerung der langfristigen Rückstellungen durch die teilweise Ausfinanzierung der Pensionsverpflichtungen der deutschen tesa Gesellschaften. Das Nettoumlaufvermögen wurde wie im Vorjahr durch ein Absenken der Vorräte und eine Erhöhung der Verbindlichkeiten weiter deutlich gesenkt. Der Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit erreichte 494 Mio. € und lag 57 Mio. € unter dem Vorjahr. Auf Grund verringerter Investitionen und höherer Erlöse aus Anlagenverkäufen war der Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit um 52 Mio. € geringer als im Vorjahr. Dadurch erreichte der Free-Cashflow mit 442 Mio. € fast wieder den Vorjahreswert. Der Mittelabfluss durch die Rückführung von Finanzverbindlichkeiten und durch die Dividendenzahlungen betrug 265 Mio. €. Die Vorjahreswerte beinhalteten den Mittelabfluss wegen des Rückkaufs der eigenen Aktien. Die Flüssigen Mittel stiegen in 2005 auf 483 Mio. €.

Finanzierung und Liquiditätsvorsorge

Vorrangiges Ziel des Finanzmanagements bei Beiersdorf ist die Sicherung der Liquidität. Art und Umfang der Transaktionen orientieren sich am operativen und finanziellen Grundgeschäft des Konzerns. Zur Ermittlung des Liquiditätsbedarfs werden Szenariorechnungen und rollierende 12-Monats-Cashflow-Planungen eingesetzt. Die im Zusammenhang mit dem Aktienrückkauf 2004 aufgenommenen Mittel wurden im Laufe des Jahres vollständig aus dem Free Cashflow getilgt. Zur Liquiditätsvorsorge besteht ein Konsortialkredit in Form eines „Club Deal“ mit acht Konsortialbanken in Höhe von 500 Mio. € mit einer Laufzeit bis 2009. Daneben steht ein 200 Mio. € Multi-Currency Commercial Paper Programm zur Verfügung.



Investitionen Konzern



Im Berichtsjahr haben wir 126 Mio. € (Vorjahr: 163 Mio. €) in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen investiert. Von den Investitionen entfielen auf den Unternehmensbereich Consumer 91 Mio. € (Vorjahr: 134 Mio. €), auf den Unternehmensbereich tesa 35 Mio. € (Vorjahr: 29 Mio. €).

Der in den Vorjahren begonnene Bau des neuen Hautforschungszentrums in Hamburg wurde im Berichtsjahr fertig gestellt. Der Umfang dieses Projektes betrug insgesamt 38 Mio. €. Im Logistikzentrum Hamburg wurde ein neues vollautomatisches Hochregallager in Betrieb genommen. Das Lager erweitert das Logistikzentrum um 15.500 Palettenplätze und ist mit modernster Sicherheitstechnik ausgestattet. So ist es auch für die Lagerung von Gefahrstoffen geeignet. Am Produktionsstandort Hamburg wurden 2 Mio. € in Umweltschutz- und Sicherheitsmaßnahmen investiert. Das Gesamtvolumen für diese Investitionen beträgt etwa 7 Mio. €. Mit diesen Investitionen gewährleisten wir auch für die Zukunft die Einhaltung der höchsten Umwelt- und Sicherheitsstandards.

Die übrigen Investitionsmaßnahmen konzentrierten sich auf Projekte für Rationalisierungs- und Ersatzinvestitionen in der Supply Chain, so wurde zum Beispiel in unserem Werk in Argentona, Spanien, 1 Mio. € in eine neue Verpackungslinie für Pflasterprodukte investiert.

Der Aufbau der neuen tesa Produktionsstätte in China wurde in der ersten Ausbaustufe abgeschlossen. Dieses Werk soll die asiatischen Märkte mit Spezialprodukten für die Elektronik- und Automobilindustrie versorgen. Investiert wurden insgesamt rund 20 Mio. €, davon etwa 14 Mio. € im Berichtsjahr. In den deutschen Standorten wurden insgesamt 13 Mio. € investiert. Abgeschlossen wurden Ersatzinvestitionen sowie Kapazitätserweiterungen in den Werken Hamburg und Offenburg. Im tesa Etikettenstandort in der Schweiz wurde für insgesamt rund 4 Mio. € eine neue Druck- und Stanzanlage in Betrieb genommen.

Die Finanzinvestitionen betrugen 2 Mio. € und betrafen im Wesentlichen Kapitalmaßnahmen bei nicht konsolidierten Beteiligungen.

Für das Geschäftsjahr 2006 planen wir insgesamt ein Investitionsvolumen in Höhe von etwa 100 Mio. €.

Der Rückgang des Gesamtinvestitionsvolumens in 2006 ist dabei auch Ausdruck unserer Anstrengungen zur Fokussierung, Kapazitätsanpassung und Effizienzsteigerung im Rahmen der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain.

Neben den im Jahr 2005 begonnenen Projekten werden wir in 2006 den Investitionsschwerpunkt noch deutlicher auf die weitere Rationalisierung von Produktion und Logistik legen. Die Investitionen werden vollständig durch den operativen Cashflow finanziert.

In Finanzbeteiligungen und Markenrechte werden wir immer dann investieren, wenn sich dadurch für uns im Rahmen unserer Unternehmensstrategie sinnvolle Gelegenheiten ergeben.



Forschung und Entwicklung

Aufwand für
Forschung und Entwicklung
(in Mio. €)



Im Jahr 2005 haben wir 109 Mio. € (Vorjahr: 101 Mio. €) in unsere Forschung und Entwicklung investiert. Das sind 2,3 % unseres Umsatzes (Vorjahr: 2,2 %).

Consumer

Wir fokussieren unsere Forschung sowie Grundlagen- und Produktentwicklung auf die Kerngebiete

- Kosmetik und Körperpflege,
- Wundversorgung und Gesundheit.

In diesen Segmenten überzeugen wir unsere Verbraucher mit Produkten, die äußerst wirksam sind und die höchsten Verträglichkeitsanforderungen erfüllen.

Um innovative und zukunftsweisende Produkte zu entwickeln, konzentrieren wir uns auf Prozesse der Hautalterung und -sensibilisierung sowie auf chrono- und photobiologische Prozesse in der Haut. Wir klären strukturelle Zusammenhänge auf und identifizieren Wirkstoffe zur Wiederherstellung des natürlichen Hautgleichgewichts. So integriert die neue Produktlinie NIVEA VISAGE Sensitive Balance erstmals einen Wirkkomplex zur aktiven Hautberuhigung, der gleichzeitig eine schützende Funktion hat.

Immer mehr Verbraucher sehen das Eincremen nicht nur als notwendige Routine, sondern wollen sich selbst verwöhnen. Diesen Wunsch erfüllt die neue NIVEA body Hautverwöhnende Cremelotion mit 3-fach Pflege. Sie enthält natürliche Inhaltsstoffe wie Ginkgo, Shea Butter und Vitamin E, die die Haut gleichzeitig intensiv pflegen und rundum schützen sowie ein samtweiches Hautgefühl verleihen.

Bei NIVEA SUN haben wir ein völlig neues, zukunftsorientiertes Konzept realisiert: den Sofort-Schutz. Er gewährleistet den vollen Sonnenschutz bereits unmittelbar nach dem Eincremen – durch eine besondere Kombination von UV-Filtern, Emulgatoren und Fettkomponenten – und schützt die Verbraucher zuverlässig vor Sonnenbrand und vorzeitiger Hautalterung.

Im Bereich Hair Care führten wir die neue NIVEA Hair Care Color Glanz Serie ein. Die Kombination eines Color-Schutz-Systems mit einem UV-Filter bewirkt, dass die Farbe von gefärbtem Haar lange erhalten bleibt, das Haar effektiv gepflegt wird und sichtbar längere Farbbrillanz erhält.

Mit der Neueinführung von NIVEA Deo PURE entwickelten wir ein Produkt, das keine unerwünschten weißen Rückstände hinterlässt, weder auf der Kleidung noch auf der Haut. Das klare, innovative Produkt wirkt 24 Stunden. Es kombiniert optimal milde NIVEA-Pflege mit hochwirksamem Schutz vor Schweiß- und Geruchsbildung.



Die neuartige Emulsion ist frei von Alkohol und Farbstoffen und beruht auf unserer patentierten PIT-Mikroemulsionstechnologie. Durch die exklusive Herstellungsmethode werden mikro-feine Pflegelipide eingearbeitet, die für das menschliche Auge unsichtbar sind und die Bildung weißer Rückstände verhindern. Die milde Pflege wird durch den konsequenten Verzicht auf hautreizenden Alkohol gewährleistet.

Im Bereich Wundversorgung ist das Flüssigpflaster, Hansaplast Liquid Bandage, ein neuartiges Produkt mit einem besonders anwenderfreundlichen Einhand-Applikator. Es ermöglicht uns den Einstieg in diesen jungen und dynamisch wachsenden Markt.

tesa

Die Entwicklung von umweltfreundlichen Beschichtungstechnologien für die Produktion von Klebebändern steht weiter im Fokus, zum Beispiel mit umweltfreundlichen, acrylat-basierten Gewebebändern für die Automobilindustrie. Die Bänder weisen eine besonders gute Haftung auf polyolefinischen Untergründen auf. tesa wurde vom Bundesumweltminister unter anderem für die erfolgreiche Einführung solcher Verfahren mit dem bundesdeutschen B.A.U.M. Umweltpreis 2005 ausgezeichnet. Für die Elektronikindustrie haben wir sehr dünne doppelseitige Klebebänder für den Einsatz in Flachbildschirmen entwickelt. Die Spezialprodukte unterstützen das Lichtmanagement und zeichnen sich zusätzlich durch besonders hohe Verklebungsfestigkeit aus.

Eine weitere Neuentwicklung sind spezielle Klebesysteme für die Anwendung auf niedrig-energetischen Oberflächen, wie sie Kunststoffe aufweisen, die zunehmend zur Herstellung elektronischer Geräte eingesetzt werden. Unsere neuen, hochtemperaturstabilen Transferklebebänder ermöglichen das Fixieren flexibler Leiterplatten in Mobiltelefonen. Bei den Produkten für den Flexodruck konzentrieren wir uns auf die Entwicklung neuer Schaumklebebänder, die den Trend zu immer feineren Motiven im Rasterdruck mit einem speziell angepassten Schaumprofil unterstützen.

Für den fliegenden Wechsel der Papierrollen beim Rollenoffsetdruck bieten wir ein induktiv detektierbares Spleißband an, das sich automatisch verarbeiten lässt. Im Bereich der Sicherheitstechnologien haben wir neue Produkte zur Marktreife geführt, darunter manipulationsgeschützte Sicherheitsetiketten für den Fälschungs- und Graumarktschutz sowie Spezialetiketten für den Diebstahlschutz.



Umwelt- und Arbeitsschutz

Im Berichtsjahr haben wir für Umwelt- und Arbeitsschutz weltweit 54 Mio. € (Vorjahr: 46 Mio. €) aufgewendet. Die Schwerpunkte unserer Arbeit sind,

- den Verbrauch von Ressourcen zu verringern,
- Unfälle im Betrieb zu reduzieren,
- die Abfallmengen und Entsorgungskosten zu verringern und
- länderübergreifend Erfahrungen auszutauschen.

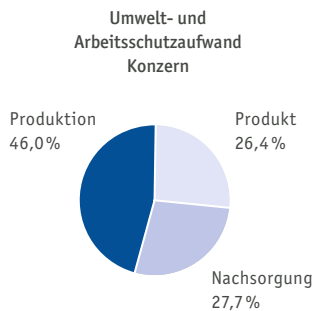
Unser dreistufiges Umwelt- und Arbeitsschutzkonzept hat sich bewährt. Es ist von der Produktentwicklung über den Produktionsprozess bis hin zu schonenden Entsorgungsverfahren in alle Geschäftsabläufe integriert. Es entspricht den Prinzipien der „Responsible Care“ und ist Grundlage dafür, unsere Vision „Null Unfälle im Betrieb“ zu verwirklichen.

Der 2005 aktualisierte Online-Nachhaltigkeitsbericht, zu finden unter www.Beiersdorf.de/Nachhaltigkeit, ist erneut ein wichtiger Beitrag zur Kommunikation von ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Themen. Den Dialog mit Kunden, Lieferanten, Behörden, Nachbarn und weiteren Interessengruppen werden wir weiter aktiv vorantreiben.

Durch das neu gegründete „Sustainability Advisory Board“ werden wir unserer Verantwortung für eine wirkungsvolle nachhaltige Unternehmenspolitik noch besser gerecht. Es koordiniert alle Themen aus dem Bereich der Nachhaltigkeit – vom Umwelt- und Arbeitsschutz über soziale Verantwortung bis hin zu nachhaltigem Wirtschaften. Das Gremium konzipiert eine konzernweite Nachhaltigkeitsstrategie, definiert konkrete Ziele und ist für die Umsetzung sowie die interne und externe Kommunikation verantwortlich.

Im Berichtsjahr haben wir zudem unser internes Programm von Umwelt- und Arbeitsschutz-Audits weiter intensiviert und Standorte in den USA, in Mexiko, Thailand, Malaysia erfolgreich auditiert. Neben der kontinuierlichen Verbesserung unserer Standards nutzen wir die Audits dazu, Prozesse und Arbeitsabläufe zu verbessern, indem wir einen intensiven, globalen Erfahrungsaustausch zwischen den Tochtergesellschaften organisieren.

Das neue Hochregallager in Hamburg, das 2005 fertiggestellt wurde, ist mit einer Sicherheitstechnik ausgerüstet, die allerhöchsten Anforderungen entspricht und die Vorgaben des Bundes-Immissionsschutzgesetzes (BImSchG) erfüllt. Zusätzlich haben wir mit dem Umbau des Logistik Centrums Hamburg (LCH) begonnen, um das Sicherheitsniveau weiter zu erhöhen. Das Umwelt- und Arbeitsschutz-Managementsystem für die Hamburger Produktionsbetriebe und den Bereich Logistik wurde mit der Betreiberpflichten-Matrix um einen wesentlichen Bestandteil erweitert, der durch Transparenz einen wichtigen Beitrag zur Rechtssicherheit leistet.





Geschäftsentwicklung Beiersdorf AG

Die Berichterstattung über die geschäftliche Entwicklung des Beiersdorf Konzerns erfolgt nach den International Financial Reporting Standards (IFRS). Maßgeblich für die Dividende ist aber der hier abgebildete Jahresabschluss der Beiersdorf AG nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB).

Gewinn- und Verlustrechnung der Beiersdorf AG

(in Mio. €)	2004	2005
Umsatzerlöse	1.247	1.278
Betriebliche Erträge	78	63
Materialaufwand	-400	-428
Personalaufwand	-225	-228
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-51	-42
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-516	-502
Betriebsergebnis	133	141
Finanzergebnis	230	243
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	363	384
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-73	-74
Jahresüberschuss	290	310

Die Umsatzerlöse der Beiersdorf AG stiegen um 31 Mio. € auf 1.278 Mio. € (Vorjahr: 1.247 Mio. €). Auch das Betriebsergebnis konnte um 8 Mio. € auf 141 Mio. € zulegen. Das Finanzergebnis des Vorjahres enthielt als Sondereffekte 234 Mio. € höhere ausländische Beteiligungserträge sowie Abschreibungen auf eigene Aktien von 89 Mio. €. Im Jahr 2005 beeinflusste die Zuschreibung der eigenen Aktien mit 155 Mio. € das Finanzergebnis. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit lag bei 384 Mio. €, der Jahresüberschuss bei 310 Mio. €.



Bilanz der Beiersdorf AG

Aktiva (in Mio. €)	31.12.2004	31.12.2005
Anlagevermögen	1.267	1.242
Vorräte	81	84
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen	86	95
Übrige Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	220	139
Wertpapiere und Flüssige Mittel	767	966
Umlaufvermögen	1.154	1.284
	2.421	2.526

Passiva (in Mio. €)	31.12.2004	31.12.2005
Eigenkapital	1.321	1.510
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	345	355
Übrige Rückstellungen	221	221
Rückstellungen	566	576
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen	48	53
Übrige Verbindlichkeiten	486	387
Verbindlichkeiten	534	440
	2.421	2.526

In der Position Wertpapiere und Flüssige Mittel sind eigene Aktien der Beiersdorf AG in Höhe von 873 Mio. € enthalten. Auf die eigenen Aktien wurde infolge gestiegener Börsenkurse eine Zuschreibung von 155 Mio. € vorgenommen.

Die im Vorjahr in der Position übrige Verbindlichkeiten enthaltene in Anspruch genommene Kreditlinie aus einem Konsortialkredit in Höhe von 110 Mio. € konnte im Berichtsjahr vollständig zurückgezahlt werden.

Der Vorstand und der Aufsichtsrat werden den Aktionären auf der Hauptversammlung vorschlagen, für das Geschäftsjahr 2005 eine Dividende in Höhe von 1,70 € pro dividendenberechtigter Stückaktie auszuschütten.



Risikobericht

Beiersdorf ist im Rahmen seiner weltweiten geschäftlichen Tätigkeit unterschiedlichsten Risiken ausgesetzt, die untrennbar mit seinem unternehmerischen Handeln verbunden sind. Unsere Risikopolitik zielt darauf ab, vorhandene Chancen optimal auszuschöpfen und Risiken nur dann einzugehen, wenn ihnen im Gegenzug die Chance auf eine entsprechende Wertsteigerung gegenübersteht. Im Rahmen einer grundlegenden Risikobegrenzung gehen wir nur Risiken ein, die mit anerkannten Methoden und Maßnahmen innerhalb unserer Organisation handhabbar sind.

Das Risikomanagement ist bei Beiersdorf als integraler Bestandteil in die Unternehmensführung und die Gestaltung unserer Geschäftsprozesse eingebunden. Das Management der operativen Risiken erfolgt weitgehend dezentral, übergreifende internationale Risiken im Zusammenhang mit Markenführung, Produktions- und Sicherheitsstandards, Finanzierung und Wertentwicklung des Konzerns werden zentral überwacht. Ein zielorientiertes Controlling sowie ein regelmäßiger Strategieabgleich sorgen dafür, dass bei unternehmerischen Entscheidungen Chancen und Risiken in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen und frühzeitig erkannt werden. Die interne Revision überwacht die Einhaltung des internen Kontrollsystems und gewährleistet die Integrität der Geschäftsabläufe. Das Risikomanagementsystem ist Gegenstand der Abschlussprüfung.

Zentrale Bedeutung für die wirtschaftliche Entwicklung und den Bestand von Beiersdorf kommt dem Erhalt und Ausbau des Wertes unserer großen verbrauchernahen Marken – insbesondere NIVEA – zu. Entsprechend haben wir unser Risikomanagementsystem darauf ausgerichtet, den Wert unserer Marken mit ihrer breiten Tragfähigkeit zu schützen und die damit verbundenen spezifischen Chancen zu nutzen.

Mit unserer neuen Strategie schaffen wir die Voraussetzungen dafür, unser Unternehmen noch konsequenter auf die Wünsche der Verbraucher auszurichten und damit strategische Risiken zu begrenzen.

Die Einhaltung hoher Standards hinsichtlich Qualität und Sicherheit unserer Produkte bildet die Basis für das nachhaltige Vertrauen der Kunden in unsere Marken. Bei der Neuentwicklung von Produkten führen wir daher eine intensive Sicherheitsbewertung durch. Über den gesamten Beschaffungs-, Herstellungs- und Distributionsprozess hinweg unterliegen unsere Produkte durchgängig den hohen Anforderungen unseres Qualitätssicherungssystems.

Beschaffungsrisiken hinsichtlich Liefertreue und Kosten bei Rohstoffen und Waren sowie bei der Inanspruchnahme von Leistungen begegnen wir durch eine kontinuierliche Beobachtung der entsprechenden Märkte, eine proaktive Steuerung unseres Lieferantenportfolios sowie ein entsprechendes Vertragsmanagement. Prozessbegleitende Kontrollen begrenzen Arbeitssicherheits-, Umwelt- und Unterbrechungsrisiken bei Produktions- und Logistikaktivitäten. Darüber hinaus erfolgt, soweit wirtschaftlich sinnvoll, ein Transfer ausgewählter Risiken auf Versicherungsunternehmen.

Wir haben im Jahr 2005 umfangreiche Vorüberlegungen und Planungsaktivitäten im Hinblick auf eine weitere Optimierung und Zentralisierung unserer Consumer Supply Chain durchgeführt. Innerhalb des Projektmanagements kommen dabei der Sicherstellung von Verfügbarkeit und Qualität der Produkte auch in einer neuen Struktur sowie der Begren-



zung zukünftiger Umstellungsrisiken überragende Bedeutung zu. Wir haben unser eigenes Know-how dabei gezielt durch externe Expertise verstärkt.

Der kontinuierliche Ausbau unserer Marken- und Patentrechtsposition ist ein zentraler Baustein zur Sicherung der Werthaltigkeit unserer Marken. Insbesondere die Unterbindung von Nachahmungen durch gezielte Anmeldungen und Durchsetzung von Schutzrechten trägt dazu bei, die Ertragspotenziale aus Vorleistungen in den Bereichen Innovation und Marketing abzusichern.

Die wirtschaftliche Entwicklung von Beiersdorf hängt entscheidend von der Akzeptanz unserer Produkte im Markt ab. Daher haben kontinuierliche Innovationsaktivitäten und eine sorgfältige Markenführung auf der Basis intensiver Markt- und Wettbewerbsanalysen für uns herausragende Bedeutung. So haben wir zum Beispiel im Jahr 2005 Prozessänderungen initiiert, welche unsere Entwicklungsaktivitäten stärker fokussieren und zur schnelleren Umsetzung von Innovationen auf Produktebene beitragen. Starke Marken auf der Basis von Innovation und Kompetenz sind unsere Antwort auf den weltweit intensiven Preis-, Qualitäts- und Innovationswettbewerb. Sie wirken zugleich den Risiken aus einer zunehmenden Konzentration im Handel sowie dem regionalen Aufkommen von Handelsmarken entgegen.

Risiken im Hinblick auf Verfügbarkeit, Zuverlässigkeit und Effizienz unserer IT-Systeme begrenzen wir durch laufende Überwachung, Anpassungsmaßnahmen wie auch Notfallübungen.

Währungs-, Zins- und Liquiditätsrisiken unterliegen einem aktiven Treasury Management auf der Basis weltweit geltender Richtlinien. Sie werden überwiegend zentral gesteuert und gesichert. Dabei werden die spezifischen Anforderungen an die organisatorische Trennung der Funktionsbereiche Handel, Abwicklung und Kontrolle beachtet. Derivative Finanzinstrumente dienen ausschließlich der Sicherung operativer Grundgeschäfte und betriebsnotwendiger Finanztransaktionen. Dem Konzern entstehen daraus keine zusätzlichen Risiken.

Währungsrisiken aus konzerninternen Warenlieferungen und Leistungen begrenzen wir durch Devisentermingeschäfte. Dabei werden grundsätzlich 75 % der geplanten Netto-Zahlungsströme eines Jahres gesichert (cashflow-hedges on forecasted transactions). Währungsrisiken aus konzerninternen grenzüberschreitenden Finanzierungen werden grundsätzlich von der die Finanzierung gewährenden Gesellschaft durch ein Devisentermingeschäft auf einen Dritten übertragen. Der Einsatz von Zinsderivaten beschränkt sich auf Zinssicherungen für langfristige Finanzierungen sowie fallweise kurzfristige Zinsoptimierungen durch Optionen.

Wir pflegen enge Kontakte zu Universitäten, um qualifizierte Fach- und Führungskräfte zu gewinnen. Mit gezielten internationalen Förderprogrammen und Weiterbildungsmaßnahmen entwickeln wir intern Nachwuchskräfte und Mitarbeiter weiter.

Aus heutiger Sicht weist der Beiersdorf Konzern keine bestandsgefährdenden Risiken auf.

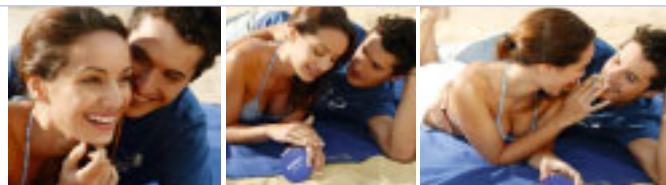


Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

Der Vorstand hat gemäß § 312 AktG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen erstellt, der folgende Schlusserklärung enthält: „Die Beiersdorf Aktiengesellschaft hat nach den Umständen, die uns in dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem Rechtsgeschäfte vorgenommen oder Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten und ist dadurch, dass Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, nicht benachteiligt worden.“

Nachtragsbericht

Es liegen keine Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Ende des Geschäftsjahres vor, die eine wesentliche Auswirkung auf den Geschäftsverlauf unseres Konzerns haben werden.



Ausblick 2006

Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenfaktoren

Wir erwarten für die kommenden Jahre keine deutliche Änderung der gesamtwirtschaftlichen Situation und gehen für unsere Planungen daher weiterhin von bestehenden Wachstumsraten aus. Während wir die Entwicklung in Westeuropa und Nordamerika eher verhalten einschätzen, gehen wir von einer deutlich besseren wirtschaftlichen Entwicklung in Osteuropa, Lateinamerika und Asien aus. Der weltweite Kosmetikmarkt wird nach unserer Einschätzung mit 3 % Wachstum die langjährige Entwicklung fortsetzen. In den großen Märkten Westeuropas rechnen wir nicht mit einer deutlichen Belebung, während wir die Entwicklung in Osteuropa, Lateinamerika und Asien auch im Kosmetikmarkt positiv sehen.

Es ist davon auszugehen, dass ein weiterhin starkes Wachstum Asiens eine hohe Nachfrage nach Rohstoffen und Energie zur Folge haben wird. Das bedeutet, dass es insbesondere beim Erdöl, aber auch auf dem gesamten Rohstoffmarkt keine grundlegende Entspannung der Kostensituation geben wird.

Geschäftsentwicklung

Der Unternehmensbereich Consumer plant für 2006 auf vergleichbarer Basis und ohne Wechselkursveränderungen ein Umsatzwachstum, das über der Entwicklung 2005 liegen soll. Die EBIT-Umsatzrendite vor Sondereffekten soll weiter wachsen. tesa soll das Vorjahreswachstum fortsetzen und die EBIT-Umsatzrendite weiter verbessern.

Für den Konzern insgesamt erwarten wir für 2006 ein stärkeres Umsatzwachstum als 2005. Damit soll das Wachstum über den allgemeinen Marktentwicklungen liegen. Die EBIT-Umsatzrendite (vor Sondereffekten) soll sich insgesamt weiter erhöhen. Diese Entwicklung wird sich auf den Jahresüberschuss und die Nettoumsatzrendite positiv auswirken.

Durch den erwarteten Erlös aus dem Verkauf der Anteile an BSN medical wird der Jahresüberschuss der Beiersdorf AG und des Konzerns 2006 um etwa 330 Mio. € verbessert.

Die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain wird in den nächsten drei Jahren einen Aufwand von kumuliert etwa 220 Mio. € vor Steuern verursachen. Dieser Wert entspricht einer Belastung des Jahresüberschusses von etwa 150 Mio. € in diesem Zeitraum. Die Verteilung des Aufwands über die Perioden steht zurzeit noch nicht fest. Die Umstrukturierungsmaßnahmen sollen langfristig die Kosten um etwa 100 Mio. € vor Steuern pro Jahr senken. Erste positive Effekte werden 2007 erwartet. Wir rechnen damit, dass die Rationalisierungseffekte in voller Höhe 2009 erreicht werden.



Gewinn- und Verlustrechnung Konzern

(in Mio. €)	Anhang	2004	2005
Umsatzerlöse	(1)	4.546	4.776
Kosten der umgesetzten Leistungen	(2)	-1.613	-1.658
Bruttoergebnis vom Umsatz		2.933	3.118
Marketing- und Vertriebskosten	(3)	-2.087	-2.200
Forschungs- und Entwicklungskosten	(4)	-101	-109
Allgemeine Verwaltungskosten	(5)	-233	-235
Sonstige betriebliche Erträge	(6)	117	96
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(7)	-146	-139
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		483	531
Beteiligungsergebnis (BSN medical)		22	20
Zinsergebnis	(8)	-7	-8
Übrige finanzielle Erträge und Aufwendungen	(9)	-6	-8
Finanzergebnis		9	4
Ergebnis vor Steuern		492	535
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(10)	-190	-200
Jahresüberschuss		302	335
Anderen Gesellschaftern zustehender Gewinn	(11)	-6	-6
Nettoergebnis		296	329
Ergebnis je Aktie (in €)	(12)	3,88	4,36
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	(12)	3,88	4,36



Bilanz Konzern

Aktiva (in Mio. €)	Anhang	31.12.2004	31.12.2005
Immaterielle Vermögenswerte	(14)	58	34
Sachanlagen	(15)	887	882
At equity bewertete Unternehmen (BSN medical)	(16)	72	-
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	(16)	21	5
Sonstige langfristige Vermögenswerte	(19)	-	8
Latente Steueransprüche	(10, 17)	24	33
Langfristige Vermögenswerte		1.062	962
Vorräte	(18)	558	536
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen	(19)	669	732
Ertragsteuerforderungen	(19)	6	14
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	(19)	116	103
Wertpapiere und Flüssige Mittel	(20)	290	483
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	(16)	-	77
Kurzfristige Vermögenswerte		1.639	1.945
		2.701	2.907
Passiva (in Mio. €)			
	Anhang	31.12.2004	31.12.2005
Gezeichnetes Kapital	(21)	215	215
Kapitalrücklage	(24)	47	47
Gewinnrücklagen	(25)	592	767
Nettoergebnis		296	329
Erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderungen	(26)	-129	-78
Anteile der Gesellschafter der Beiersdorf AG		1.021	1.280
Anteile anderer Gesellschafter	(27)	12	13
Eigenkapital		1.033	1.293
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	(28)	366	303
Sonstige langfristige Rückstellungen	(29)	123	127
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	(30)	19	29
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	(30)	2	8
Latente Steuerverbindlichkeiten	(10, 17)	134	134
Langfristiges Fremdkapital		644	601
Rückstellungen für Ertragsteuern	(29)	69	85
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	(29)	288	322
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen	(30)	308	369
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	(30)	185	74
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	(30)	174	163
Kurzfristiges Fremdkapital		1.024	1.013
		2.701	2.907



Kapitalflussrechnung Konzern

(in Mio. €)	2004	2005
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 01.01.	828	290
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	483	531
Gezahlte Ertragsteuern	-155	-191
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen	173	162
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)	-9	-64
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen	1	-3
Brutto-Cashflow	493	435
Veränderung der Vorräte	71	22
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	-29	-44
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen	16	81
Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit	551	494
Ausgaben für Investitionen	-165	-128
Einnahmen aus Desinvestitionen	18	34
Zins-, Dividenden- und sonstige Finanzeinnahmen	43	42
Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit	-104	-52
Free-Cashflow	447	442
Veränderung der Finanzverbindlichkeiten	138	-100
Zins- und sonstige Finanzausgaben	-41	-44
Rückkauf eigener Aktien	-955	-
Gezahlte Dividende Beiersdorf AG	-121	-121
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-979	-265
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	-6	15
Konsolidierungskreisbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	-	1
Veränderungen der Flüssigen Mittel/Wertpapiere	-538	193
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 31.12.	290	483



Eigenkapitalentwicklung Konzern

(in Mio. €)	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Nettoergebnis	Erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderungen		Anteile anderer Gesellschafter	Gesamt
					Unterschied aus Währungs-umrechnung	Übrige Veränderungen		
01.01.2004	215	47	1.374	294	-108	-3	12	1.831
Einstellung in Gewinnrücklagen	-	-	173	-173	-	-	-	-
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-	-121	-	-	-	-121
Eigene Aktien	-	-	-955	-	-	-	-	-955
Jahresüberschuss	-	-	-	296	-	-	6	302
Erfolgsneutrale Umbewertung der Derivate	-	-	-	-	-	-2	-	-2
Wechselkursveränderungen	-	-	-	-	-9	-	-1	-10
Übrige Veränderungen	-	-	-	-	-	-7	-5	-12
31.12.2004	215	47	592	296	-117	-12	12	1.033
Einstellung in Gewinnrücklagen	-	-	175	-175	-	-	-	-
Dividende der Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-	-121	-	-	-	-121
Jahresüberschuss	-	-	-	329	-	-	6	335
Erfolgsneutrale Umbewertung der Derivate	-	-	-	-	-	-5	-	-5
Wechselkursveränderungen	-	-	-	-	55	-	1	56
Übrige Veränderungen	-	-	-	-	-	1	-6	-5
31.12.2005	215	47	767	329	-62	-16	13	1.293



Segmentberichterstattung Konzern

Unternehmensbereiche 2005			
(in Mio. €)	Consumer	tesa	Konzern
Außenumsatz	4.041	735	4.776
Veränderung zum Vorjahr (nominal)	5,2 %	4,1 %	5,1 %
Veränderung zum Vorjahr (wechsellkursbereinigt)	4,0 %	3,0 %	3,9 %
Anteil am Konzernumsatz	84,6 %	15,4 %	100,0 %
EBITDA	606	87	693
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	470	61	531
in % vom Umsatz	11,6 %	8,4 %	11,1 %
Operatives Brutto-Vermögen	1.817	457	2.274
Operative Verbindlichkeiten	814	125	939
EBIT-Rendite auf betriebliches Vermögen	46,9 %	18,5 %	39,8 %
Brutto-Cashflow	438	-3	435
Investitionen (ohne Finanzanlagen)	91	35	126
Abschreibungen (ohne Finanzanlagen)	136	26	162
Forschungs- und Entwicklungskosten	89	20	109
Mitarbeiter (Anzahl am 31.12.2005)	13.174	3.595	16.769

Unternehmensbereiche 2004			
(in Mio. €)	Consumer	tesa	Konzern
Außenumsatz	3.840	706	4.546
Veränderung zum Vorjahr (nominal)	2,7 %	1,4 %	2,5 %
Veränderung zum Vorjahr (wechsellkursbereinigt)	4,3 %	5,4 %	4,5 %
Anteil am Konzernumsatz	84,5 %	15,5 %	100,0 %
EBITDA	575	81	656
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	433	50	483
in % vom Umsatz	11,3 %	7,1 %	10,6 %
Operatives Brutto-Vermögen	1.771	463	2.234
Operative Verbindlichkeiten	716	115	831
EBIT-Rendite auf betriebliches Vermögen	41,1 %	14,4 %	34,4 %
Brutto-Cashflow	420	73	493
Investitionen (ohne Finanzanlagen)	134	29	163
Abschreibungen (ohne Finanzanlagen)	142	31	173
Forschungs- und Entwicklungskosten	85	16	101
Mitarbeiter (Anzahl am 31.12.2004)	13.013	3.479	16.492



Regionen 2005	Europa	Amerika	Afrika/ Asien/ Australien	Konzern
(in Mio. €)				
Außenumsatz	3.498	687	591	4.776
Veränderung zum Vorjahr (nominal)	3,3%	8,2%	12,9%	5,1%
Veränderung zum Vorjahr (wechsellkursbereinigt)	2,7%	3,4%	11,8%	3,9%
Anteil am Konzernumsatz	73,2%	14,4%	12,4%	100,0%
EBITDA	602	37	54	693
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	465	21	45	531
in % vom Umsatz	13,3%	3,0%	7,7%	11,1%
Operatives Brutto-Vermögen	1.689	355	230	2.274
Operative Verbindlichkeiten	738	94	107	939
EBIT-Rendite auf betriebliches Vermögen	48,9%	8,0%	37,2%	39,8%
Brutto-Cashflow	360	34	41	435
Investitionen (ohne Finanzanlagen)	87	16	23	126
Abschreibungen (ohne Finanzanlagen)	137	17	8	162
Forschungs- und Entwicklungskosten	105	1	3	109
Mitarbeiter (Anzahl am 31.12.2005)	11.562	2.106	3.101	16.769

Regionen 2004	Europa	Amerika	Afrika/ Asien/ Australien	Konzern
(in Mio. €)				
Außenumsatz	3.388	635	523	4.546
Veränderung zum Vorjahr (nominal)	1,8%	-0,4%	11,8%	2,5%
Veränderung zum Vorjahr (wechsellkursbereinigt)	1,8%	10,4%	15,4%	4,5%
Anteil am Konzernumsatz	74,5%	14,0%	11,5%	100,0%
EBITDA	577	21	58	656
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	426	10	47	483
in % vom Umsatz	12,6%	1,5%	9,1%	10,6%
Operatives Brutto-Vermögen	1.773	275	186	2.234
Operative Verbindlichkeiten	675	69	87	831
EBIT-Rendite auf betriebliches Vermögen	38,8%	4,8%	47,9%	34,4%
Brutto-Cashflow	437	17	39	493
Investitionen (ohne Finanzanlagen)	142	9	12	163
Abschreibungen (ohne Finanzanlagen)	151	11	11	173
Forschungs- und Entwicklungskosten	97	1	3	101
Mitarbeiter (Anzahl am 31.12.2004)	11.504	2.192	2.796	16.492



Grundlagen und Methoden

Allgemeine Grundsätze

Die Beiersdorf AG ist nach der Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Juli 2002 verpflichtet, einen Konzernabschluss nach „International Accounting Standards“ (IAS/IFRS) zu erstellen.

Der Konzernabschluss der Beiersdorf AG ist nach den Vorschriften der am Bilanzstichtag gültigen Richtlinien des International Accounting Standards Board (IASB), London, erstellt worden und berücksichtigt die Auslegungen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC).

Vom IASB verabschiedete und von der EU übernommene neue Standards werden ab dem Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens angewendet. Von den Möglichkeiten vorzeitiger Anwendungen wird kein Gebrauch gemacht. Anwendung und Änderung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden im Anhang bei den entsprechenden Positionen erläutert.

Um die Klarheit der Darstellung in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie in der Bilanz zu verbessern, wurden einzelne Posten zusammengefasst. Diese Posten werden im Anhang gesondert ausgewiesen und erläutert.

Im Konzernabschluss müssen in einem eng begrenzten Umfang Schätzungen vorgenommen und Annahmen getroffen werden, die Auswirkungen auf Höhe und Ausweis der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden, der Erträge und Aufwendungen sowie der Eventualverbindlichkeiten haben. Die tatsächlichen Werte können von den Schätzungen abweichen.

Währungsumrechnung

Die Abschlüsse der ausländischen Tochtergesellschaften werden nach dem Konzept der funktionalen Währung umgerechnet. Die Bilanzen werden mit den Mittelkursen am Bilanzstichtag und die Gewinn- und Verlustrechnungen mit Jahresdurchschnittskursen umgerechnet, da diese Gesellschaften ihr Geschäft in finanzieller, wirtschaftlicher und organisatorischer Hinsicht selbständig betreiben. Unterschiedsbeträge aus der Währungsumrechnung bei den Vermögens- und Schuldposten gegenüber der Umrechnung des Vorjahres sowie Umrechnungsdifferenzen zwischen Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung werden erfolgsneutral behandelt.

In den Einzelabschlüssen der Gesellschaften werden Forderungen und Verbindlichkeiten in fremder Währung mit dem Umrechnungskurs am Bilanzstichtag bewertet, soweit sie nicht kursgesichert sind. Die Entwicklungen der Wechselkurse der für den Konzernabschluss wesentlichen Währungen sind in den unten stehenden Tabellen aufgeführt.

	ISO-Code	Durchschnittskurse	
1 € =		2004	2005
Schw. Franken	CHF	1,5442	1,5476
Brit. Pfund	GBP	0,6798	0,6832
Jap. Yen	JPY	133,8430	136,9190
Mex. Peso	MXN	14,1150	13,4775
US-Dollar	USD	1,2463	1,2380

	ISO-Code	Stichtagskurse	
1 € =		2004	2005
Schw. Franken	CHF	1,5437	1,5555
Brit. Pfund	GBP	0,7071	0,6870
Jap. Yen	JPY	139,8300	139,1300
Mex. Peso	MXN	15,2400	12,6100
US-Dollar	USD	1,3640	1,1834



Konsolidierungsgrundsätze

Die in den Konzernabschluss einbezogenen Abschlüsse der Gesellschaften werden einheitlich nach den für den Beiersdorf Konzern geltenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden auf den Stichtag 31.12. aufgestellt. Die einbezogenen Abschlüsse sind von unabhängigen Wirtschaftsprüfern geprüft.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Erwerbsmethode. Hierbei werden die Anschaffungskosten der erworbenen Anteile mit dem auf das Mutterunternehmen entfallenden anteiligen Eigenkapital zum Erwerbszeitpunkt verrechnet. Unterschiedsbeträge aus dieser Verrechnung werden ganz oder teilweise den Vermögenswerten der Tochtergesellschaften zugeordnet und über die Nutzungsdauer der Vermögenswerte abgeschrieben. Verbleibende aktive Unterschiedsbeträge werden als Geschäftswerte aktiviert und jährlich auf ihre Werthaltigkeit überprüft. Abschreibungen auf Geschäftswerte werden unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen.

In Einzelabschlüssen vorgenommene Wertberichtigungen auf konzerninterne Forderungen sowie Abschreibungen auf Anteile einbezogener Gesellschaften werden zurückgenommen.

Zwischenergebnisse, Aufwendungen und Erträge sowie Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den einbezogenen Unternehmen werden eliminiert. Auf ergebniswirksame Konsolidierungsvorgänge werden erforderliche Steuerabgrenzungen vorgenommen.

Für die anteilig einbezogenen Gemeinschaftsunternehmen gelten die gleichen Konsolidierungsgrundsätze. Erforderliche Konsolidierungsmaßnahmen aus Beziehungen mit anteilig konsolidierten Unternehmen werden beteiligungsproportional vorgenommen.

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss werden neben der Beiersdorf AG 19 deutsche und 131 internationale Gesellschaften einbezogen, an denen die Beiersdorf AG direkt oder indirekt die Mehrheit der Stimmrechte besitzt und die unter ihrer einheitlichen Leitung stehen. Ihre Zahl hat sich gegenüber dem Vorjahr um zehn erhöht. Es handelt sich hierbei um die erstmalige Einbeziehung neugegründeter oder bereits bestehender Gesellschaften. Zwei Gesellschaften, an denen eine Beteiligung von 50% besteht und die zusammen mit den anderen Anteilseignern gemeinschaftlich geführt werden, werden entsprechend IAS 31 (Rechnungslegung über Anteile an Joint Ventures) anteilmäßig konsolidiert.

Auf die zwei Gemeinschaftsunternehmen entfallen 72 Mio. € der in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Erträge sowie 63 Mio. € der Aufwendungen und damit ein Ergebnis von 9 Mio. €. Die quotenkonsolidierten Unternehmen steuern 9 Mio. € zum langfristigen Vermögen und 25 Mio. € zum kurzfristigen Vermögen bei. Auf diese Gesellschaften entfallen 16 Mio. € der Verbindlichkeiten sowie Rückstellungen.

Neun deutsche und sieben internationale Unternehmen, die einzeln und insgesamt für die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns nur von untergeordneter Bedeutung sind, werden nicht einbezogen.

Die Beteiligung an BSN medical GmbH & Co. KG, einem Gemeinschaftsunternehmen mit Smith & Nephew plc, wird unter den zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten ausgewiesen und gemäß IFRS 5 (Non-Current Assets held for sale) bewertet. Der Jahresüberschuss betrug 40 Mio. € (Vorjahr: 45 Mio. €). Die Bilanzsumme betrug 347 Mio. € (Vorjahr: 320 Mio. €). Auf Verbindlichkeiten und Rückstellungen entfielen 193 Mio. € (Vorjahr: 175 Mio. €).



Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

1 Umsatzerlöse

Umsatzerlöse werden dann realisiert, wenn die Ware geliefert und der Gefahrenübergang erfolgt ist. Skonti, Kundenboni und Rabatte werden vom Umsatz abgesetzt. Eine weitere Unterteilung der Umsätze und ihre Entwicklung nach Unternehmensbereichen und Regionen ist in der Segmentberichterstattung auf den Seiten 58 und 59 aufgeführt.

2 Kosten der umgesetzten Leistungen

Diese Position umfasst die Kosten der umgesetzten selbst erstellten Erzeugnisse und die Einstandskosten der verkauften Handelswaren. Die Kosten der selbst erstellten Erzeugnisse beinhalten neben den direkt zurechenbaren Kosten wie Material-, Personal- und Energiekosten auch die herstellungsbezogenen Gemeinkosten einschließlich der Abschreibungen auf Produktionsanlagen. In den Kosten der umgesetzten Leistungen sind die erforderlichen Abwertungen auf Vorräte enthalten.

3 Marketing- und Vertriebskosten

Die Marketing- und Vertriebskosten enthalten die Kosten für Marketing, Vertriebsorganisation sowie Vertriebslogistik. Diese Position enthält auch die Abwertungen auf Lieferforderungen. Der Marketingaufwand für Werbung, Handelsmarketing und ähnliche Positionen betrug 1.417 Mio. € (Vorjahr: 1.334 Mio. €).

4 Forschungs- und Entwicklungskosten

Die Kosten für Forschung und Entwicklung enthalten gemäß IAS 38 (Immaterielle Vermögenswerte) die Kosten der Forschung sowie der Produkt- und Verfahrensentwicklung inklusive der Aufwendungen für Fremdleistungen. Die Entwicklungskosten werden vollständig als Periodenaufwand erfasst, da wegen der jeweils bestehenden Risiken bis zur Markteinführung die Voraussetzungen für eine Aktivierung nicht erfüllt sind.

5 Allgemeine Verwaltungskosten

Hier werden die Personal- und Sachkosten der Verwaltung sowie die Kosten für externe Dienstleistungen ausgewiesen, soweit sie nicht intern auf andere Funktionsbereiche verrechnet werden.

6 Sonstige betriebliche Erträge

(in Mio. €)	2004	2005
Gewinne aus Anlagenabgängen	6	9
Währungsgewinne	13	13
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	49	30
Sonstige Erträge	49	44
	117	96

Die sonstigen Erträge enthalten Lizenzerträge, aperiodische Erträge, Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen zu Forderungen und übrige betriebliche Erträge.

7 Sonstige betriebliche Aufwendungen

(in Mio. €)	2004	2005
Aufwendungen für Restrukturierungsmaßnahmen	7	7
Verluste aus Anlagenabgängen	6	7
Währungsverluste	14	16
Abschreibungen auf erworbene Warenzeichen und Firmenwerte	36	25
Sonstige Aufwendungen	83	84
	146	139

Die sonstigen Aufwendungen beinhalten Rückstellungen für sonstige Wagnisse und andere betriebliche Aufwendungen. Die Abschreibungen auf Warenzeichen (im Vorjahr auch Firmenwerte) entfallen auf immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer.



8 Zinsergebnis

(in Mio. €)	2004	2005
Zinserträge	11	6
(davon von verbundenen Unternehmen)	(-)	(-)
Zinsaufwendungen	-18	-14
(davon an verbundene Unternehmen)	(-)	(-)
	-7	-8

Aufwendungen aus der Verzinsung der in den Vorjahren erworbenen Pensions- und sonstigen Versorgungsansprüche werden mit Erträgen aus dem Vermögen der Unterstützungskassen sowie der Amortisation nicht bilanzierter versicherungsmathematischer Gewinne und Verluste zusammengefasst. Daraus ergibt sich ein Zinsaufwand in Höhe von 5 Mio. € (Vorjahr: Zinsertrag 1 Mio. €).

9 Übrige finanzielle Erträge und Aufwendungen

(in Mio. €)	2004	2005
Sonstige finanzielle Erträge	12	20
Sonstige finanzielle Aufwendungen	-18	-28
	-6	-8

Die sonstigen finanziellen Erträge enthalten im Wesentlichen Währungsgewinne aus Finanzpositionen in Fremdwährung. Unter den sonstigen finanziellen Aufwendungen werden insbesondere Währungsverluste aus Finanzpositionen ausgewiesen.

10 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Als Ertragsteuern werden die in den einzelnen Ländern gezahlten oder geschuldeten Steuern auf Einkommen und Ertrag sowie die latenten Steuerabgrenzungen ausgewiesen. Der Ertragsteueraufwand einschließlich der latenten Steuern setzt sich wie folgt zusammen:

(in Mio. €)	2004	2005
Ertragsteuern		
Deutschland	83	93
International	103	114
	186	207
Latente Steuern	4	-7
	190	200

In den Ertragsteuern sind Steuernachzahlungen von 6 Mio. € enthalten, die vorangegangenen Perioden zuzurechnen sind (Vorjahr: Steuergutschriften von 2 Mio. €).



Zuordnung der latenten Steuerabgrenzungen (in Mio. €)	Latente Steueransprüche		Latente Steuerverbindlichkeiten	
	31.12.2004	31.12.2005	31.12.2004	31.12.2005
Langfristige Vermögenswerte	2	15	103	91
Vorräte	9	11	-	-
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	6	8	5	6
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	14	6	53	80
Übrige Rückstellungen	21	29	-	-
Verbindlichkeiten	5	14	7	10
Verlustvorträge	1	3	-	-
	58	86	168	187
Saldierungen	-34	-53	-34	-53
Latente Steuern in der Bilanz	24	33	134	134

Die latenten Steuern resultieren aus zeitlich abweichenden Wertansätzen zwischen den Steuerbilanzen und den handelsrechtlichen Wertansätzen der Gesellschaften. Die Ermittlung erfolgt nach der bilanzorientierten Verbindlichkeitsmethode und beruht auf der Anwendung der in den einzelnen Ländern zum Realisationszeitpunkt erwarteten Steuersätze. Diese basieren grundsätzlich auf den am Bilanzstichtag gültigen gesetzlichen Regelungen. Latente Steuerforderungen und latente Steuerverbindlichkeiten werden saldiert, wenn sie gegenüber derselben Steuerbehörde bestehen.

Ableitung des tatsächlichen Steueraufwands

Der tatsächliche Steueraufwand liegt bei einer effektiven Steuerquote von 37,4% um 19 Mio. € über dem rechnerischen Steueraufwand. Der rechnerische Steuersatz wird als gewichteter Durchschnitt aus den Steuersätzen der einzelnen Konzerngesellschaften ermittelt und beträgt 33,7% (Vorjahr: 34,9%). Die Veränderung dieses Steuersatzes ist im Wesentlichen bedingt durch Steuersatzsenkungen in einigen europäischen Ländern. Die Überleitung vom rechnerischen zum tatsächlichen Steueraufwand zeigt die folgende Tabelle:

(in Mio. €)	2004	2005
Rechnerischer Steueraufwand bei einem Steuersatz von 33,7% (Vorjahr: 34,9%)	172	181
Steuerermehrungen aufgrund steuerlich nicht abzugsfähiger Aufwendungen	9	10
Sonstige Steuereffekte	9	9
Tatsächlicher Steueraufwand	190	200

11 Anderen Gesellschaftern zustehender Gewinn

Vom Gewinn stehen anderen Gesellschaftern 6 Mio. € zu (Vorjahr: 6 Mio. €). Andere Gesellschafter sind an Nivea-Kao Co., Ltd., Japan, PT. Beiersdorf Indonesia, Beiersdorf India Limited sowie Bode Chemie GmbH & Co., Hamburg, beteiligt.



12 Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie liegt 2005 bei 4,36 € (Vorjahr: 3,88 €). Seit Abwicklung des Aktienrückerwerbs am 3. Februar 2004 hält die Beiersdorf AG 8.393.672 eigene Aktien. Diese wurden für die Berechnung des Ergebnisses je Aktie in Abzug gebracht, so dass das Ergebnis bezogen auf 75.606.328 Stück errechnet wurde. Im Vorjahr war eine zeitlich gewichtete Anzahl von 76.375.748 ausstehend. Da keine Finanzinstrumente ausstehen, die in Aktien umgetauscht werden können, ergibt sich kein abweichendes verwässertes Ergebnis je Aktie.

13 Sonstige Angaben

Materialaufwand

Die Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, bezogene Waren sowie bezogene Leistungen betragen 1.147 Mio. € (Vorjahr: 1.113 Mio. €).

Personalaufwand

(in Mio. €)	2004	2005
Löhne und Gehälter	644	674
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Unterstützung	131	135
Aufwendungen für Altersversorgung	29	31
	804	840

Mitarbeiter

Die Beschäftigten sind in folgenden betrieblichen Funktionsbereichen tätig:

	2004	2005
Produktion	6.145	6.167
Vertrieb und Marketing	6.385	6.763
Andere Funktionen	3.962	3.839
	16.492	16.769

In der Gesamtzahl sind die Mitarbeiter der konsolidierten Gemeinschaftsunternehmen entsprechend dem jeweiligen Beteiligungsanteil enthalten. Insgesamt arbeiten in diesen Unternehmen 188 Personen (Vorjahr: 190).

Die Aufteilung der Beschäftigten nach den Segmenten des Beiersdorf Konzerns finden Sie in der Segmentberichterstattung auf den Seiten 58 und 59.

Wertschöpfungsrechnung

Entstehungsrechnung (in Mio. €)	
Umsatzerlöse	4.776
Materialaufwand	1.147
Abschreibungen	162
Sonstige Aufwendungen	2.100
Finanzerträge	47
Unternehmenseinkommen	1.414

Verteilungsrechnung (in %)	
Mitarbeiter	59,4 %
Finanzaufwendungen	2,7 %
Gewinnsteuern	14,2 %
Jahresergebnis	23,7 %
Unternehmenseinkommen	100,0 %



Erläuterungen zur Bilanz

14 Immaterielle Vermögenswerte

(in Mio. €)	Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	Geschäfts- oder Firmenwerte	Geleistete Anzahlungen	Gesamt
Anschaffungskosten				
Anfangsstand 01.01.2005	367	51	-	418
Währungsänderungen	2	-	-	2
Veränderung Konsolidierungskreis	1	-	-	1
Zugänge	12	3	-	15
Abgänge	-12	-	-	-12
Umbuchungen	48	-45	-	3
Endstand 31.12.2005	418	9	-	427
Abschreibungen				
Anfangsstand 01.01.2005	319	41	-	360
Währungsänderungen	1	-	-	1
Veränderung Konsolidierungskreis	-	-	-	-
Abschreibungen	41	-	-	41
Abgänge/Umbuchungen	26	-35	-	-9
Endstand 31.12.2005	387	6	-	393
Buchwert 31.12.2005	31	3	-	34
Buchwert 31.12.2004	48	10	-	58

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögenswerte wie Schutzrechte, Marken und Software werden zu Anschaffungskosten bewertet. Die Abschreibungsdauer der immateriellen Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer beträgt in der Regel fünf Jahre. Die Abschreibung erfolgt linear. Bei dauerhaften Wertminderungen werden außerplanmäßige Abschreibungen vorgenommen. Entfallen die Gründe für außerplanmäßige Abschreibungen, erfolgen entsprechende Zuschreibungen.

Firmenwerte aus der Kapitalkonsolidierung sowie derivative Firmenwerte aus den Einzelabschlüssen werden aktiviert. Die Werthaltigkeit der Firmenwerte wird regelmäßig überprüft. Soweit notwendig, werden entsprechende Wertberichtigungen vorgenommen.

Firmenwerte aus der Kapitalkonsolidierung, die vor dem 1. Januar 1995 entstanden sind, wurden nicht aktiviert, sondern ergebnisneutral mit dem Eigenkapital verrechnet.



15 Sachanlagen

(in Mio. €)	Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungs-/Herstellungskosten					
Anfangsstand 01.01.2005	764	836	485	45	2.130
Währungsänderungen	12	16	10	3	41
Veränderung Konsolidierungskreis	-	-	1	-	1
Zugänge	12	35	43	21	111
Abgänge	-11	-40	-32	-2	-85
Umbuchungen	10	12	14	-39	-3
Endstand 31.12.2005	787	859	521	28	2.195
Abschreibungen					
Anfangsstand 01.01.2005	361	530	351	1	1.243
Währungsänderungen	5	8	7	-	20
Veränderung Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-
Abschreibungen	28	48	44	1	121
Abgänge/Umbuchungen	-6	-37	-28	-	-71
Endstand 31.12.2005	388	549	374	2	1.313
Buchwert 31.12.2005	399	310	147	26	882
Buchwert 31.12.2004	403	306	134	44	887

Das Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten aktiviert und planmäßig entsprechend der voraussichtlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauer abgeschrieben. Die Herstellungskosten selbst erstellter Sachanlagen werden anhand direkt zurechenbarer Einzelkosten sowie angemessener Gemeinkosten ermittelt. Zinsen für Fremdkapital werden nach IAS 23 (Fremdkapitalkosten) als laufender Aufwand erfasst. Kosten für die Reparatur und Wartung von Sachanlagen werden als Aufwand erfasst. Eine Aktivierung erfolgt in Ausnahmefällen, wenn die Maßnahmen zu einer Erweiterung oder wesentlichen Verbesserung des Vermögensgegenstandes führen. Zuwendungen Dritter mindern die Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten.

Die Sachanlagen werden linear abgeschrieben. Den planmäßigen Abschreibungen auf Sachanlagen liegen im Wesentlichen folgende Nutzungsdauern zu Grunde:

Wohn- und Produktionsgebäude	25 bis 33 Jahre
Übrige Gebäude	10 bis 25 Jahre
Technische Anlagen und Maschinen	5 bis 15 Jahre
Fahrzeuge	4 Jahre
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 bis 15 Jahre

Bei dauerhaften Wertminderungen werden außerplanmäßige Abschreibungen vorgenommen.

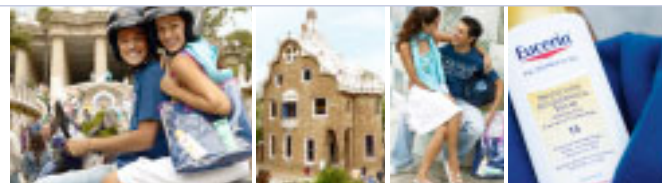


16 Langfristige finanzielle Vermögenswerte

(in Mio. €)	Anteile an verbundenen Unternehmen	At equity bewertete Unternehmen (BSN medical)	Beteiligungen	Wertpapiere des Anlagevermögens	Sonstige Ausleihungen	Gesamt
Anschaffungskosten						
Anfangsstand 01.01.2005	8	72	-	17	1	98
Währungsanpassungen	-	5	-	-	-	5
Veränderung Konsolidierungskreis	-1	-	-	-	-	-1
Zugänge	-	-	-	1	1	2
Abgänge	-	-	-	-16	-1	-17
Umbuchungen	-	-77	-	-	-	-77
Endstand 31.12.2005	7	-	-	2	1	10
Abschreibungen						
Anfangsstand 01.01.2005	4	-	-	1	-	5
Währungsanpassungen	-	-	-	-	-	-
Veränderung Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-	-
Abschreibungen 2005	-	-	-	-	-	-
Abgänge/Umbuchungen	-	-	-	-	-	-
Endstand 31.12.2005	4	-	-	1	-	5
Buchwert 31.12.2005	3	-	-	1	1	5
Buchwert 31.12.2004	4	72	-	16	1	93

Anteile an nicht konsolidierten verbundenen Unternehmen und übrige Beteiligungen sind nach dem Grundsatz der Einzelbewertung mit den Anschaffungskosten bilanziert. Bei voraussichtlich dauernden Wertminderungen werden außerplanmäßige Abschreibungen vorgenommen. Bei Wegfall der Gründe für außerplanmäßige Abschreibungen erfolgen entsprechende Zuschreibungen. Unverzinsliche oder niedrig verzinsliche Ausleihungen sind mit dem Barwert, die übrigen Wertpapiere und Ausleihungen mit dem Marktwert bilanziert. Marktwertveränderungen werden nach Abzug latenter Steuern ergebnisneutral in einem gesonderten Posten des Eigenkapitals erfasst.

Die Beteiligung am Gemeinschaftsunternehmen BSN medical wurde aufgrund der Verkaufsabsicht in die Position „Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte“ umgegliedert und gemäß IFRS 5 (Non-Current Assets held for sale) bewertet. Eine entsprechende Verkaufsvereinbarung mit Montagu Private Equity wurde am 16. Dezember 2005 unterzeichnet. Der Verkauf soll im ersten Quartal 2006 abgeschlossen sein.



17 Latente Steuern

Latente Steueransprüche und Steuerverbindlichkeiten resultieren vor allem aus zeitlich abweichenden Wertansätzen zwischen der Handelsbilanz nach IFRS und der Steuerbilanz der Einzelgesellschaften sowie aus Konsolidierungsvorgängen. Darüber hinaus wird auf Ziffer 10 „Steuern vom Einkommen und vom Ertrag“ verwiesen.

18 Vorräte

(in Mio. €)	2004	2005
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	116	116
Unfertige Erzeugnisse	40	39
Fertige Erzeugnisse, Handelswaren	400	378
Anzahlungen	2	3
	558	536

Die Bewertung der Vorräte erfolgt gemäß IAS 2 (Vorräte) zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten oder zu dem niedrigeren Nettoveräußerungswert. Die Vorräte werden nach der Durchschnittsmethode bewertet. Die Herstellungskosten enthalten neben den Einzelkosten anteilige Material- und Fertigungsgemeinkosten sowie fertigungsbedingte Abschreibungen. Darüber hinaus werden die anteiligen Kosten für die betriebliche Altersversorgung und für freiwillige soziale Leistungen des Unternehmens sowie produktionsbezogene Verwaltungskosten einbezogen.

19 Forderungen und sonstige Vermögenswerte

(in Mio. €)	2004	2005
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	669	732
Ertragsteuerforderungen	6	14
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	5	1
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	5	3
Sonstige Steuerforderungen	13	22
Aktivische Rechnungsabgrenzungsposten	28	42
Sonstige kurz- und langfristige Vermögenswerte	65	43
	791	857

Forderungen und sonstige Vermögenswerte werden zu Nennwerten bilanziert. Wechselforderungen und unverzinsliche oder niedrig verzinsliche Darlehensforderungen sind zum Barwert angesetzt. Erkennbare Risiken sind durch angemessene Wertberichtigungen berücksichtigt. Die sonstigen Vermögenswerte enthalten die positiven Marktwerte der Finanzderivate von 3 Mio. € (Vorjahr: 8 Mio. €).

20 Wertpapiere und Flüssige Mittel

(in Mio. €)	2004	2005
Wertpapiere	31	40
Flüssige Mittel	259	443
	290	483

Bei den Wertpapieren des Umlaufvermögens handelt es sich um cash-nahe kurzfristige Anlagen. Die Flüssigen Mittel umfassen Guthaben bei Kreditinstituten, Kassenbestände und Schecks.



21 Gezeichnetes Kapital

Das Grundkapital beträgt 215.040.000 € und ist in 84 Mio. Stückaktien eingeteilt.

Die Beiersdorf AG hält seit Abwicklung des Aktienruckerwerbs am 3. Februar 2004 8.393.672 Stückaktien (entsprechend 9,99 % des Grundkapitals der Gesellschaft).

22 Genehmigtes Kapital

Die Hauptversammlung hat am 18. Mai 2005 den Vorstand ermächtigt, das Grundkapital in der Zeit bis zum 17. Mai 2010 mit Zustimmung des Aufsichtsrats um bis zu insgesamt 87 Mio. € (genehmigtes Kapital I: 45 Mio. €; genehmigtes Kapital II: 21 Mio. €; genehmigtes Kapital III: 21 Mio. €) durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Aktien zu erhöhen. Dabei kann die Gewinnberechtigung neuer Aktien abweichend von § 60 Abs. 2 AktG bestimmt werden.

Den Aktionären ist ein Bezugsrecht einzuräumen. Das Bezugsrecht kann jedoch durch den Vorstand in folgenden Fällen mit Zustimmung des Aufsichtsrats ausgeschlossen werden:

1. zum Ausgleich von infolge einer Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen entstehenden Spitzenbeträgen (genehmigte Kapitalien I, II, III);
2. soweit dies erforderlich ist, um Inhabern/Gläubigern der von der Beiersdorf AG oder ihren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften ausgegebenen Wandel- bzw. Optionsschuldverschreibungen ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung der Wandlungs- oder Optionsrechte bzw. nach Erfüllung der Wandlungspflicht zustehen würde (genehmigte Kapitalien I, II, III);
3. um neue Aktien zu einem Ausgabebetrag auszugeben, der den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabebetrags, die möglichst zeitnah zur Platzierung der Aktien erfolgen soll, nicht wesentlich unterschreitet, wobei im Rahmen der Beschränkung dieser Ermächtigung auf insgesamt zehn vom Hundert des Grundkapitals diejenigen Aktien anzurechnen sind, für die das Bezugsrecht der Aktionäre in Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG bei Ausnutzung der Ermächtigung zur Veräußerung eigener Aktien und/oder bei Ausnutzung der Ermächtigung zur Ausgabe von Wandel- bzw. Optionsschuldverschreibungen ausgeschlossen wird (genehmigtes Kapital II);

4. bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen oder von Beteiligungen an Unternehmen (genehmigtes Kapital III).

Der Vorstand wurde ferner ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Kapitalerhöhung und ihrer Durchführung mit Zustimmung des Aufsichtsrats festzulegen.

23 Bedingtes Kapital

Die Hauptversammlung hat am 18. Mai 2005 ferner beschlossen, das Grundkapital um bis zu insgesamt 40 Mio. € bedingt zu erhöhen. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nach dem zu Grunde liegenden Hauptversammlungsbeschluss nur insoweit durchgeführt, wie

1. die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandlungs- und/oder Optionsrechten, die mit den von der Beiersdorf AG oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften bis zum 17. Mai 2010 auszugebenden Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen verbunden sind, von ihrem Wandlungs- bzw. Optionsrecht Gebrauch machen oder
2. die zur Wandlung verpflichteten Inhaber bzw. Gläubiger der von der Beiersdorf AG oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften bis zum 17. Mai 2010 auszugebenden Wandelschuldverschreibungen ihre Pflicht zur Wandlung erfüllen

und das bedingte Kapital nach Maßgabe der Anleihebedingungen dafür benötigt wird.

Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch Ausübung von Wandlungs- bzw. Optionsrechten oder durch Erfüllung von Wandlungspflichten entstehen, am Gewinn teil.

24 Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage enthält das Aufgeld aus der Ausgabe von Aktien durch die Beiersdorf AG.



25 Gewinnrücklagen

Die Gewinnrücklagen enthalten die in der Vergangenheit erzielten Ergebnisse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, soweit sie nicht ausgeschüttet wurden.

Der Betrag für die im Jahr 2004 zurückgekauften eigenen Anteile wurde offen von den Rücklagen abgesetzt.

26 Erfolgsneutrale Eigenkapitalentwicklungen

Dieser Posten enthält die Unterschiede aus der erfolgsneutralen Währungsumrechnung der Jahresabschlüsse der einbezogenen Konzernunternehmen sowie die erfolgsneutrale Behandlung von Finanzderivaten und sonstige erfolgsneutrale Veränderungen.

Die Wertänderungen der Finanzderivate betragen im abgelaufenen Geschäftsjahr -4 Mio. € (Vorjahr: -2 Mio. €).

27 Anteile anderer Gesellschafter

Der Ausgleichsposten enthält die Anteile Konzernfremder am Eigenkapital der vollkonsolidierten Gesellschaften. Fremdanteile bestehen im Wesentlichen bei Nivea-Kao Co., Ltd., Japan, PT. Beiersdorf Indonesia, Beiersdorf India Limited sowie Bode Chemie GmbH & Co., Hamburg.

28 Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Der Konzern trifft Vorsorge für die Zeit nach der Pensionierung der anspruchsberechtigten Mitarbeiter direkt oder durch rechtlich selbständige Pensions- und Unterstützungseinrichtungen (bei der Beiersdorf AG in Form der TROMA Alters- und Hinterbliebenenstiftung, Hamburg). Die Leistungen variieren dabei je nach den rechtlichen, wirtschaftlichen und steuerlichen Gegebenheiten des jeweiligen Landes und basieren in der Regel auf Beschäftigungsdauer, Entgelt und der eingenommenen Position im Unternehmen. Die unmittelbaren und mittelbaren Verpflichtungen umfassen solche aus bereits laufenden Pensionen und Anwartschaften für zukünftig zu zahlende Pensionen und Altersruhegelder.

Die über die rechtlich selbständige TROMA Alters- und Hinterbliebenenstiftung, Hamburg, abgedeckten Altersversorgungsverpflichtungen berücksichtigen das Vermögen dieser Stiftung. Dieses Vermögen enthält 3% der Aktien der Beiersdorf AG sowie

an Konzerngesellschaften vermietete Immobilien im Wert von 23 Mio. € (Vorjahr: 23 Mio. €). Die betriebliche Altersversorgung erfolgt im Konzern beitrags- oder leistungsorientiert. Die entsprechenden Aufwendungen sind in den Kosten der Funktionsbereiche enthalten. Die Aufzinsung der in den Vorjahren erworbenen Versorgungsansprüche, die Erträge aus Vermögensanlagen sowie die Amortisation nicht realisierter versicherungsmathematischer Gewinne/Verluste werden im Zinsergebnis ausgewiesen.

Die Pensionsverpflichtungen für die leistungsorientierten Altersversorgungspläne werden gemäß IAS 19 (Leistungen an Arbeitnehmer) nach der Projected-Unit-Credit-Methode berechnet. In Deutschland liegen der Kalkulation die Heubeck'schen Richttafeln 2005 G zugrunde. Die zu erwartenden Versorgungsleistungen werden über die gesamte Beschäftigungszeit der Mitarbeiter verteilt. Außergewöhnliche Aufwendungen und Erträge infolge der Beendigung von Versorgungsplänen oder wegen der Kürzung und Übertragung der Versorgungsleistungen haben sich im Berichtsjahr nicht ergeben.

Die Berechnung der Pensionsverpflichtungen berücksichtigt Marktzinssätze sowie Lohn-/Gehalts-, Renten- und Fluktuations-trends. Für die deutschen Gesellschaften erfolgt die Bewertung unter folgenden Annahmen:

Versicherungsmathematische Annahmen	31.12.2004		31.12.2005	
Abzinsungssatz	5,25 %		4,25 %	
Lohn-/Gehaltstrend	2,50 %		2,50 %	
Rententrend	1,50 %		1,50 %	
Fluktuation	2,50 %		2,50 %	
Erwarteter Vermögensertrag	5,25 %		4,25 %	

Diese Parameter gelten auch im Folgejahr für die Berechnung der Kosten für die im Berichtsjahr erworbenen Versorgungsansprüche, der Aufzinsung der in den Vorjahren erworbenen Versorgungsansprüche und der erwarteten Erträge aus den Vermögensanlagen. Bei den internationalen Gesellschaften richten sich diese Größen nach den landesspezifischen Bedingungen.



Der Gesamtaufwand für leistungsorientierte Versorgungszusagen setzt sich wie folgt zusammen:

(in Mio. €)	2004	2005
Kosten für die im Berichtsjahr hinzuerworbenen Versorgungsansprüche	22	22
Zinsaufwendungen auf den Anwartschaftsbarwert*	36	37
Erwartete Erträge aus dem Vermögen der Unterstützungskassen*	-27	-27
Amortisation nicht realisierter versicherungsmathematischer Gewinne*	-10	-5
Gesamtaufwand für leistungsorientierte Versorgungszusagen	21	27

* Die Summe dieser Werte wird in der Gewinn- und Verlustrechnung in der Position Zinsergebnis ausgewiesen

Die Pensionsrückstellung leitet sich wie folgt ab:

(in Mio. €)	2004	2005
Barwert der nicht durch Fonds gedeckten Verpflichtungen	567	510
Barwert der durch Fonds gedeckten Verpflichtungen	157	357
Barwert der Pensionsverpflichtungen	724	867
Marktwert des Fondsvermögens	-493	-626
Barwert der Pensionsverpflichtungen nach Abzug des Fondsvermögens	231	241
Nicht bilanzierte versicherungsmathematische Gewinne	135	62
Rückstellung nach IAS 19	366	303

Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste, soweit sie 10% des Barwerts der Verpflichtungen und des Marktwerts des Fondsvermögens nicht übersteigen, werden grundsätzlich nicht bilanziert. Übersteigen sie 10%, werden sie ab dem Folgejahr über die durchschnittliche Restdienstzeit der Mitarbeiter amortisiert.

Vorsorgeeinrichtungen und Verpflichtungen werden in regelmäßigen Abständen bewertet. Für alle bedeutenden Einrichtungen werden jährlich versicherungsmathematische Untersuchungen durchgeführt.

Im Jahr 2005 wurde von der tesa AG und ihren wesentlichen inländischen Tochtergesellschaften ein Spezialfonds zur partiellen Ausfinanzierung der Versorgungsverpflichtungen aufgelegt. Dieses sog. CTA stellt mit 63 Mio. € Planvermögen im Sinne von IAS 19 dar.

Wegen des Versorgungscharakters werden pensionsähnliche Verpflichtungen einzelner Konzerngesellschaften ebenfalls unter den Pensionsrückstellungen ausgewiesen. Zu den pensionsähnlichen Verpflichtungen gehören auch Verpflichtungen für Abgangsschädigungen. Diese werden nach versicherungsmathematischen Regeln auf der Basis landesüblicher Zinssätze ermittelt.



29 Sonstige Rückstellungen

(in Mio. €)	Ertrag- steuer	Personal- aufwendungen	Marketing- und Vertriebs- aufwendungen	Restruk- turierungs- maßnahmen	Übrige	Gesamt
Anfangsstand 01.01.2005	69	135	120	4	152	480
<i>davon langfristig</i>	-	66	3	2	52	123
Währungsänderungen	1	1	2	-	5	9
Veränderung Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-	-
Zuführung	66	92	123	6	91	378
Verbrauch	47	67	100	1	84	299
Auflösung	4	4	4	-	22	34
Endstand 31.12.2005	85	157	141	9	142	534
<i>davon langfristig</i>	-	68	2	4	53	127

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren zukünftigen Zahlungsverpflichtungen, Risiken und ungewissen Verpflichtungen des Konzerns. Sie sind in Höhe des wahrscheinlichen Betrages angesetzt und haben überwiegend eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr.

Die langfristigen Rückstellungen mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr werden abgezinst.

Rückstellungen für Personalaufwendungen betreffen vor allem Aufwendungen für Altersteilzeit, Jahressonderzahlungen, Urlaubsgelder sowie Trennungvereinbarungen und Jubiläumsverpflichtungen.

Die übrigen Rückstellungen betreffen Prozessrisiken sowie sonstige Wagnisse.



30 Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten werden zum Nennwert oder zum höheren Rückzahlungsbetrag ausgewiesen.

In den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind Verbindlichkeiten aus der Annahme gezogener Wechsel und der Ausstellung eigener Wechsel in Höhe von 1 Mio. € (Vorjahr: 1 Mio. €) enthalten.

Unter den Finanzverbindlichkeiten werden alle verzinslichen Verpflichtungen des Beiersdorf Konzerns ausgewiesen. Sie betreffen im Wesentlichen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Es wurden keine Anleihen begeben. Finanzverbindlichkeiten von 14 Mio. € (Vorjahr: 0 Mio. €) haben eine Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren.

Sonstige langfristige Verbindlichkeiten umfassen mit 1 Mio. € Derivate (Vorjahr: 0 Mio. €) und 7 Mio. € (Vorjahr: 2 Mio. €) übrige Verbindlichkeiten. Davon haben 1 Mio. € (Vorjahr: 0 Mio. €) eine Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren.

Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten

(in Mio. €)	2004	2005
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	5	2
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	1	-
Verbindlichkeiten aus sonstigen Steuern	50	48
Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit	19	19
Rechnungsabgrenzungsposten	7	4
Übrige Verbindlichkeiten	92	90
	174	163

31 Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen

(in Mio. €)	2004	2005
Haftungsverhältnisse		
Wechselobligo	1	1
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	2	3
Sonstige finanzielle Verpflichtungen		
Verpflichtungen aus Miet- und Leasingverträgen:		
davon fällig im Folgejahr	14	20
davon fällig in 2 bis 5 Jahren	26	29
davon fällig in > 5 Jahren	5	8
Verpflichtungen aus Bestellobligo:		
davon fällig im Folgejahr	28	16
davon fällig in 2 bis 5 Jahren	17	6

Beiersdorf unterliegt möglichen Verpflichtungen aus Verfahren und geltend gemachten Ansprüchen. Schätzungen bzgl. möglicher zukünftiger Aufwendungen sind zahlreichen Unsicherheiten unterworfen. Beiersdorf erwartet hieraus keine wesentlichen negativen Auswirkungen auf die wirtschaftliche bzw. finanzielle Situation des Konzerns.



32 Derivative Finanzinstrumente

Im Beiersdorf Konzern werden derivative Finanzinstrumente zur Steuerung von gegenwärtigen und zukünftigen Währungs- und Zinsrisiken eingesetzt. Die Instrumente dienen der Sicherung des operativen Grundgeschäfts und der unternehmensnotwendigen Finanztransaktionen; zusätzliche Risiken entstehen dem Konzern deshalb nicht. Die Transaktionen werden ausschließlich in markt-gängigen Instrumenten (zum Beispiel Termingeschäfte, Swaps, Optionen) durchgeführt.

Die Währungssicherungen beziehen sich im Wesentlichen auf konzerninterne Warenlieferungen und Leistungen. Dabei werden in der Regel ca. drei bis sechs Monate vor Beginn eines Jahres die geplanten Netto-Zahlungsströme zu 75 % durch Devisentermingeschäfte gesichert; Planabweichungen im Laufe des Jahres führen zu regelmäßigen Anpassungen der Sicherung durch weitere Terminabschlüsse. Bei konzerninternen grenzüberschreitenden Finanzierungen werden Währungsrisiken grundsätzlich zentral durch Devisentermingeschäfte fristenkongruent und vollständig gesichert. Alle diese Transaktionen werden zentral im Treasury Management System erfasst, bewertet und gesteuert. Der Einsatz von Zinsderivaten beschränkt sich auf Zinssicherungen für langfristige Finanzierungen sowie fallweise kurzfristige Zinsoptimierungen durch Optionen.

Die Nominalwerte zeigen die Summe aller Kauf- und Verkaufsbeträge derivativer Finanzgeschäfte. Bei den ausgewiesenen Nominalwerten werden Beträge nicht saldiert.

Die Marktwerte ergeben sich als Summe aus der Bewertung der offenen Positionen zu Marktkursen am Stichtag ohne Berücksichtigung gegenläufiger Wertentwicklung aus den Grundgeschäften. Der Ausweis von Veränderungen des Marktwertes erfolgt in der Bilanz unter den sonstigen Vermögenswerten bzw. unter den sonstigen Verbindlichkeiten. In den Fällen von Cashflow Hedges mit nachgewiesener Hedge Effectiveness nach den Bestimmungen von IAS 39 wird die Abgrenzung der entsprechenden Gewinne und Verluste nach Abzug latenter Steuern im Eigenkapital vorgenommen. In den Fällen von fristen- und betragskongruenten Sicherungen für Fremdwährungskredite werden entsprechende Bewertungseinheiten gebildet.

Positive Marktwerte der Derivate beinhalten grundsätzlich ein Ausfallrisiko durch Nichterfüllung von Vertragsverpflichtungen der Kontrahenten. Bei unseren Vertragspartnern handelt es sich um Banken erstklassiger Bonität. Das Ausfallrisiko wird somit als sehr gering eingeschätzt.

(in Mio. €)	Marktwerte		Nominalwerte		Restlaufzeit	
	2004	2005	2004	2005	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Devisentermingeschäfte	5	-6	405	485	450	35
Devisenoptionen	-	-	2	-	-	-
Zinsswaps	-	-	-	-	-	-
Zinsoptionen	-	-	-	-	-	-
	5	-6	407	485	450	35



Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Im Beiersdorf Konzern ergibt sich die Segmentberichterstattung in erster Linie aus den in den Unternehmensbereichen erstellten und vertriebenen Produkten. Die Aufteilung in die Unternehmensbereiche Consumer und tesa entspricht auch der internen Organisationsstruktur. Die regionale Gliederung zeigt die internationale Aufteilung der geschäftlichen Aktivitäten im Beiersdorf Konzern.

Die Unternehmensbereiche sowie die Geschäftsentwicklung in den Unternehmensbereichen und Regionen werden im Lagebericht auf den Seiten 30 bis 53 dargestellt.

Die Außenumsätze in den Regionen zeigen die Umsatzentwicklung nach Sitz der Gesellschaften.

Das **EBITDA** zeigt das Betriebliche Ergebnis (EBIT) vor Abschreibungen und Amortisation.

Die **EBIT-Rendite auf Betriebliches Vermögen** zeigt das Verhältnis von betrieblichem Ergebnis (EBIT) zu betrieblichem Vermögen.

Der **Brutto-Cashflow** stellt den Überschuss der operativen Einnahmen über die operativen Ausgaben vor weiterer Mittelverwendung dar.

Das **Betriebliche Vermögen** ergibt sich aus operativem Bruttovermögen abzüglich der operativen Verbindlichkeiten. Die Überleitung des betrieblichen Vermögens zu den Bilanzpositionen zeigen die folgenden Tabellen:

Aktiva (in Mio. €)	2004	2005
Immaterielle Vermögenswerte	58	34
Sachanlagen	887	882
Vorräte	558	536
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen	669	732
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte (operativer Teil) ¹⁾	62	90
Operatives Brutto-Vermögen	2.234	2.274
Nicht operatives Vermögen	467	633
Gesamt Aktiva laut Bilanz	2.701	2.907

Passiva (in Mio. €)	2004	2005
Übrige Rückstellungen (operativer Teil) ²⁾	407	448
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen	308	369
Übrige Verbindlichkeiten (operativer Teil) ²⁾	116	122
Operative Verbindlichkeiten	831	939
Eigenkapital	1.033	1.293
Nicht operative Verbindlichkeiten	837	675
Gesamt Passiva laut Bilanz	2.701	2.907

¹⁾ Nicht enthalten sind Steuerforderungen

²⁾ Nicht enthalten sind Steuerrückstellungen und -verbindlichkeiten



Sonstige Angaben

Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen nach IAS 24

Die Tchibo Holding AG hat ihren Anteil an der Beiersdorf AG mit Vollzug des Aktienkaufvertrags vom 23. Oktober 2003 am 22. Dezember 2003 von 30,36 % des Grundkapitals auf 49,96 % des Grundkapitals erhöht. Seit dem 30. März 2004 hält die Tchibo Holding AG 50,46 % des Grundkapitals der Beiersdorf AG. Die Beiersdorf AG ist demnach eine abhängige Gesellschaft i. S. v. § 312 Abs. 1 Satz 1 i. V. m. § 17 Abs. 2 AktG. Da kein Beherrschungsvertrag zwischen der Beiersdorf AG und der Tchibo Holding AG besteht, stellt der Vorstand der Beiersdorf AG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 Abs. 1 Satz 1 AktG auf. Im Berichtszeitraum haben die Beiersdorf AG bzw. ihre verbundenen Unternehmen und die Tchibo Holding AG bzw. deren verbundene Unternehmen Einkaufskontingente zur Erzielung von Kostenvorteilen zusammengefasst sowie gegenseitig Produkte zu marktüblichen Bedingungen bezogen. Weiterhin erfolgten in geringem Umfang Zusammenarbeit bei Marketingaktionen.

Darüber hinaus werden zwischen dem Beiersdorf Konzern und nicht konsolidierten Beiersdorf Gesellschaften in geringem Umfang Lieferungen und Leistungen sowie Verwaltungsdienstleistungen im Rahmen der normalen Geschäftstätigkeit erbracht. Die Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen werden zu marktüblichen Konditionen abgeschlossen.

Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex

Aufsichtsrat und Vorstand der Beiersdorf AG haben Ende Dezember 2005 die Entsprechenserklärung zu den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ gemäß § 161 AktG abgegeben und den Aktionären auf der Website der Gesellschaft unter www.Beiersdorf.de dauerhaft zugänglich gemacht. Die Entsprechenserklärung ist auch im Kapitel Corporate Governance auf Seite 26 abgedruckt.

Angaben zu Aufsichtsrat und Vorstand

Gesamtbezüge

Die Gesamtvergütung für Mitglieder des Aufsichtsrats beträgt für das Jahr 2005 1.187 T€ (Vorjahr: 1.130 T€). Diese setzt sich satzungsgemäß aus einem festen Vergütungsbestandteil in Höhe von 433 T€ (Vorjahr: 433 T€) sowie einer variablen, auf Basis der vorgeschlagenen Dividende ermittelten Vergütung in Höhe von

754 T€ (Vorjahr: 697 T€) zusammen. Die Mitglieder des Aufsichtsrats haben keine Vergütungen oder Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, wie Beratungs- oder Vermittlungsleistungen, erhalten.

Die Gesamtbezüge des Vorstands belaufen sich für das Geschäftsjahr 2005 auf 6.197 T€ (Vorjahr: 4.884 T€). Von diesem Betrag entsprechen 1.728 T€ (Vorjahr: 1.620 T€) einem fixen und 4.469 T€ (Vorjahr: 3.264 T€) einem variablen, ebenfalls an der Dividende der Gesellschaft orientierten Bestandteil.

Frühere Vorstandsmitglieder und ihre Hinterbliebenen erhielten 1.757 T€ (Vorjahr: 1.487 T€). Für die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und ihren Hinterbliebenen sind insgesamt 18.166 T€ (Vorjahr: 13.592 T€) zurückgestellt.

Gewährte Kredite

Es bestehen keine Kredite an Mitglieder des Aufsichtsrats und des Vorstands.

Abschlussprüfung

Die Hauptversammlung hat am 18. Mai 2005 die BDO Deutsche Warentreuhand Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Hamburg, zum Abschlussprüfer und Konzernabschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2005 gewählt.

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die an den Konzernabschlussprüfer (und seine internationalen Partnerunternehmen) gewährten Honorare:

Honorare		
(in T€)	2004	2005
Prüfungsleistungen	2.572	2.656
Prüfungsnahe Leistungen	110	158
Steuerberatung	523	520
Sonstige Leistungen	59	47
Gesamt	3.264	3.381



Anteilsbesitz der Beiersdorf AG

Eine Aufstellung des Anteilsbesitzes der Beiersdorf AG wird beim Handelsregister des Amtsgerichts Hamburg, HRB 1787, hinterlegt. Die wesentlichen Konzerngesellschaften werden auf den Seiten 82 und 83 des Geschäftsberichts genannt.

Anteilsbesitz an der Beiersdorf AG

Der Beiersdorf AG gingen bis zum Bilanzstichtag folgende Mitteilungen von Anteilseignern der Gesellschaft nach den Vorschriften des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG) zu:

Die HGV Hamburger Gesellschaft für Vermögens- und Beteiligungsverwaltung mbH, Hamburg, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft am 22. Dezember 2003 die Schwelle von 5 % überschritten und die Schwelle von 10 % erreicht hat und dass die genaue Höhe ihres Stimmrechtsanteils seit diesem Zeitpunkt 10,0 % betragen hat.

Die Freie und Hansestadt Hamburg hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft am 22. Dezember 2003 die Schwelle von 5 % überschritten und seit diesem Zeitpunkt 10,0 % betragen hat. Diese Stimmrechte werden der Freien und Hansestadt Hamburg nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet. Die Freie und Hansestadt Hamburg hält darüber hinaus unmittelbar keine Anteile an unserer Gesellschaft.

Die Allianz Aktiengesellschaft, München, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft am 3. Februar 2004 die Schwelle von 10 % unterschritten und seit diesem Zeitpunkt 7,85 % betragen hat. Davon sind der Allianz Aktiengesellschaft 0,82 % der Stimmrechte nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Die Tchibo Holding AG, Hamburg, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sie am 22. Dezember 2004 die Stimmrechte aus 20,10 % der Aktien an unserer Gesellschaft an die Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Hamburg, abgetreten hat. Der Stimmrechtsanteil der Tchibo Holding AG betrug seit diesem Zeitpunkt weiterhin 50,46 %, da ihr Stimmrechte in dieser Höhe gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1, Abs. 3 WpHG zuzurechnen waren. Die Tchibo Holding AG hat uns ferner mitgeteilt, dass die Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH am 22. Dezember 2004 20,10 % der Stimmrechte an unserer Gesellschaft von der Tchibo Holding AG erworben hat. Der Stimmrechtsanteil der von der Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH an unserer Gesellschaft gehaltenen Anteile hat hierdurch am 22. Dezember 2004 die Schwelle

von 50 % überschritten und betrug seit diesem Zeitpunkt 50,46 %. Hiervon waren der Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH 30,358 % der Stimmrechte gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1, Abs. 3 WpHG zuzurechnen. Die Tchibo Holding AG hat uns darüber hinaus mitgeteilt, dass der Stimmrechtsanteil der Vanguard Grundbesitz GmbH, Hamburg, an unserer Gesellschaft zu diesem Zeitpunkt unverändert bei 29,99 % lag. Die Tchibo Holding AG hat uns schließlich mitgeteilt, dass die Vanguard Grundbesitz GmbH am 15. Juli 2005 und die W. H. Kaffeehandelskontor GmbH, Galin, am 9. August 2005 auf die Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH verschmolzen wurden und erloschen sind. Im Rahmen der Verschmelzung sind die von diesen Gesellschaften gehaltenen Aktien sowie die ihnen aus diesen Aktien zustehenden Stimmrechte an unserer Gesellschaft auf die Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH übergegangen. Die Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH überschreitet daher seit diesem Zeitpunkt die Schwelle von 50 % der Stimmrechte aus Aktien an unserer Gesellschaft und hält seit dem 9. August 2005 direkt 50,46 % der Stimmrechte.

Ferner haben uns die nachfolgend aufgeführten Personen und Gesellschaften gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sie jeweils am 30. März 2004 die Schwelle von 50 % der Stimmrechte an unserer Gesellschaft überschritten haben und ihnen jeweils 50,46 % der Stimmrechte zustehen, die ihnen jeweils vollständig nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i. V. m. Satz 3 WpHG zuzurechnen sind:

- SPM Beteiligungs- und Verwaltungs GmbH, Norderstedt
- EH Real Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG, Norderstedt
- EH Real Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH, Norderstedt
- Scintia Vermögensverwaltungs GmbH, Norderstedt
- Trivium Vermögensverwaltungs GmbH, Norderstedt
- Herr Michael Herz, Deutschland
- Herr Wolfgang Herz, Deutschland
- Frau Agneta Peleback-Herz, Deutschland
- Ingeburg Herz GbR, Norderstedt
- Max und Ingeburg Herz Stiftung, Norderstedt
- Frau Ingeburg Herz, Deutschland
- CORO Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH, Hamburg
- Herr Joachim Herz, Deutschland

Darüber hinaus hat die Beiersdorf AG gemäß § 25 Abs. 1 Satz 3 i. V. m. § 21 Abs. 1 Satz 1 WpHG veröffentlicht, dass sie am 3. Februar 2004 die Schwelle von 5 % der Stimmrechte an der eigenen Gesellschaft überschritten hat und ihr seit diesem Zeitpunkt ein Anteil von 9,99 % zusteht. Die von der Gesellschaft gehaltenen eigenen Aktien sind gemäß § 71b AktG weder stimm- noch dividendenberechtigt.



Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns der Beiersdorf AG

(in Mio. €)	2005
Jahresüberschuss der Beiersdorf AG	310
Einstellung in die Rücklagen	-155
Bilanzgewinn der Beiersdorf AG	155

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung vor, den Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2005 in Höhe von 155 Mio. € wie folgt zu verwenden:

(in Mio. €)	2005
Ausschüttung einer Dividende von 1,70 € auf jede dividendenberechtigte Stückaktie (75.606.328 Stückaktien)	129
Einstellung in andere Gewinnrücklagen	26
Bilanzgewinn der Beiersdorf AG	155

Bei den angegebenen Beträgen für die Gesamtdividende und für die Einstellung in andere Gewinnrücklagen sind die im Zeitpunkt des Gewinnverwendungsvorschlags des Vorstands dividendenberechtigten Aktien berücksichtigt. Die von der Gesellschaft gehaltenen eigenen Aktien sind gemäß § 71b AktG nicht dividendenberechtigt.

Sollte die Anzahl der eigenen Aktien, die von der Gesellschaft im Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung über die Verwendung des Bilanzgewinns gehalten werden, größer oder kleiner sein als im Zeitpunkt des Gewinnverwendungsvorschlags des Vorstands, vermindert bzw. erhöht sich der insgesamt an die Aktionäre auszuschüttende Betrag um den Dividendenteilbetrag, der auf die Differenz an Aktien entfällt. Der in die anderen Gewinnrücklagen einzustellende Betrag verändert sich gegenläufig um den gleichen Betrag. Die auszuschüttende Dividende pro dividendenberechtigte Stückaktie bleibt hingegen unverändert. Der Hauptversammlung wird gegebenenfalls ein entsprechend modifizierter Beschlussvorschlag unterbreitet werden.

Hamburg, 9. Februar 2006

Der Vorstand



Organe der Beiersdorf AG

Ehrenvorsitzender der Gesellschaft

Georg W. Claussen

Aufsichtsrat

Dieter Ammer, Hamburg
Vorsitzender

Vorstandsvorsitzender
der Tchibo Holding AG

Vorsitzender des Aufsichtsrats
• Conergy AG

Mitglied des Aufsichtsrats
• Heraeus Holding GmbH
(seit 11. Juni 2005)
• IKB Deutsche Industriebank
• mg technologies ag

Stellvertretender Vorsitzender
des Verwaltungsrats
• Sparkasse Bremen
(bis 24. Mai 2005)

Thorsten Irtz, Stapelfeld
(seit 18. Mai 2005)
Stellvertretender Vorsitzender

Stellvertretender Vorsitzender des
Betriebsrats der Beiersdorf AG

Mitglied des Aufsichtsrats
• Tchibo Holding AG

Jürgen Krause, Hamburg
(bis 18. Mai 2005)
Ehemaliger Stellvertretender Vorsitzender

Ehemaliger Vorsitzender des Betriebsrats
der Beiersdorf AG

Reinhard Pöllath, München
Stellvertretender Vorsitzender

Rechtsanwalt
Pöllath + Partner

Vorsitzender des Aufsichtsrats
• Deutsche Woolworth GmbH & Co. OHG
• Tchibo Holding AG

Stellvertretender Vorsitzender
des Aufsichtsrats
• SinnerSchrader AG

Mitglied des Aufsichtsrats
• Feri Finance AG
(seit 1. September 2005)
• TA Triumph-Adler AG
• Tchibo GmbH

Dr. Diethart Breipohl, Icking
(bis 18. Mai 2005)
Ehemaliges Mitglied des Vorstands
der Allianz AG

Vorsitzender des Aufsichtsrats
• KM Europa Metal AG

Mitglied des Aufsichtsrats
• Allianz AG
• Continental AG
• Karstadt Quelle AG

Mitglied des Conseil d'Administration
• Crédit Lyonnais, Paris
• EULER & Hermes, Paris
• Les Assurances Générales de France (AGF),
Paris

Dr. Walter Diembeck, Hamburg
Leiter Bioverträglichkeit – Forschung
und Entwicklung der Beiersdorf AG

Frank Ganschow, Kiebitzreihe
Vorsitzender des Betriebsrats der tesa AG

Mitglied des Aufsichtsrats
• tesa AG (konzernintern)

Michael Herz, Hamburg
Kaufmann

Vorsitzender des Aufsichtsrats
• Tchibo GmbH

Mitglied des Aufsichtsrats
• Tchibo Holding AG

Dr. Rolf Kunisch, Überlingen
(seit 18. Mai 2005)
Ehemaliger Vorstandsvorsitzender
der Beiersdorf AG

Vorsitzender des Aufsichtsrats
• tesa AG (konzernintern)
(bis 14. April 2005)

Mitglied des Aufsichtsrats
• Hamburg-Mannheimer Sachversicherungs-AG
(bis 31. Dezember 2005)
• Hamburg-Mannheimer Versicherungs-AG
(bis 31. Dezember 2005)
• Hermes Kreditversicherungs-AG
(bis 31. Dezember 2005)
• Lufthansa Technik AG
(bis 31. Dezember 2005)

Dr. Arno Mahlert, Hamburg
Mitglied des Vorstands der
Tchibo Holding AG

Stellvertretender Vorsitzender
des Aufsichtsrats
• GfK AG
• Saarbrücker Zeitung GmbH

Mitglied des Aufsichtsrats
• Tchibo GmbH

Chairman of the Board
• Springer Science & Business Media
S. A., Luxemburg

Tomas Nieber, Bad Münden
Gewerkschaftssekretär der
IG Bergbau, Chemie, Energie

Mitglied des Aufsichtsrats
• BP Refining & Petrochemicals GmbH
• Tchibo Holding AG
(seit 25. Januar 2005)

Mitglied des Beirats
• Qualifizierungsförderwerk Chemie GmbH



Ulrich Plechinger, Hamburg
Leiter Corporate Pension and Insurance
Management der Beiersdorf AG

Manuela Rousseau, Rellingen
Leiterin PR-Programme der
Beiersdorf AG

Professorin der Hochschule für Musik
und Theater, Hamburg

Dr. Bruno E. Sälzer, Reutlingen
Vorstandsvorsitzender
der HUGO BOSS AG

Ausschüsse des Aufsichtsrats

Mitglieder des Vermittlungsausschusses

Dieter Ammer (Vorsitzender)
Thorsten Irtz (seit 18. Mai 2005)
Ulrich Plechinger
Reinhard Pöllath

Mitglieder des Präsidialausschusses

Dieter Ammer (Vorsitzender)
Michael Herz
Thorsten Irtz (seit 18. Mai 2005)
Reinhard Pöllath

Mitglieder des Prüfungs- und Finanzausschusses

Dr. Arno Mahler (Vorsitzender)
Dieter Ammer
Dr. Walter Diembeck
Reinhard Pöllath

Vorstand¹⁾

Thomas-B. Quaas
Vorsitzender
(seit 18. Mai 2005)
Vorsitzender des Aufsichtsrats
• tesa AG (konzernintern)
(seit 14. April 2005)

Dr. Rolf Kunisch
(bis 18. Mai 2005)
Vorsitzender
Vorsitzender des Aufsichtsrats
• tesa AG (konzernintern)
(bis 14. April 2005)
Mitglied des Aufsichtsrats
• Hamburg-Mannheimer Sachversicherungs-AG
(bis 31. Dezember 2005)
• Hamburg-Mannheimer Versicherungs-AG
(bis 31. Dezember 2005)
• Hermes Kreditversicherungs-AG
(bis 31. Dezember 2005)
• Lufthansa Technik AG
(bis 31. Dezember 2005)

Peter Kleinschmidt
Human Resources:
Personal/Verwaltung/Umweltschutz/
Arbeitsdirektor

Pieter Nota
(seit 1. Mai 2005)
Brands:
Marketing/Forschung und Entwicklung/
Vertrieb

Markus Pinger
(seit 1. April 2005)
Supply Chain:
Einkauf/Produktion/Logistik

Rolf-Dieter Schwalb
Finance:
Finanzen/Controlling/IT
Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats
• tesa AG (konzernintern)

Uwe Wölfer
(bis 31. Mai 2005)
Brands:
Marketing/Forschung und Entwicklung/
Vertrieb

¹⁾ Die Mitglieder des Vorstands der Beiersdorf AG nehmen im Zusammenhang mit ihrer Aufgabe der Konzernsteuerung und -überwachung auch Mandate in vergleichbaren Kontrollgremien bei Konzern- und Beteiligungsgesellschaften wahr



Wesentliche Konzerngesellschaften

	Standort	Anteil am Kapital (in %)	Umsatz ¹⁾ 2005 (in Mio. €)	Ergebnis ²⁾ 2005 (in Mio. €)	Mitarbeiter 31.12.2005
Europa					
Beiersdorf Gesellschaft m. b. H.	AT, Wien	100,0	119	11	191
SA Beiersdorf NV	BE, Brüssel	100,0	84	8	116
Bandfix AG	CH, Bergdietikon	100,0	41	3	168
Beiersdorf AG ³⁾	CH, Münchenstein	50,0	51	8	71
Juvena (International) AG	CH, Volketswil, Zürich	100,0	77	8	125
Beiersdorf spol. s. r. o.	CZ, Prag	100,0	30	2	64
Beiersdorf AG	DE, Hamburg		1.120	167	2.853
Bode Chemie GmbH & Co.	DE, Hamburg	75,0	69	2	291
Cosmed-Produktions GmbH	DE, Berlin	100,0	49	4	137
Juvena Produits de Beauté GmbH	DE, Baden-Baden	100,0	88	7	430
Florena Cosmetic GmbH	DE, Waldheim	100,0	79	3	327
tesa AG	DE, Hamburg	100,0	493	42	756
tesa Werke Offenburg GmbH	DE, Offenburg	100,0	116	3	466
tesa Werk Hamburg GmbH	DE, Hamburg	100,0	87	2	414
BDF Nivea S. A.	ES, Tres Cantos (Madrid)	100,0	165	11	257
Beiersdorf, S. A.	ES, Argenton (Barcelona)	100,0	42	3	272
Beiersdorf s. a.	FR, Savigny-le-Temple	99,9	340	18	610
Beiersdorf UK Ltd.	GB, Birmingham	100,0	195	13	217
Beiersdorf Hellas AE	GR, Gerakas, Attikis	100,0	52	3	156
Beiersdorf d. o. o.	HR, Zagreb	100,0	31	3	43
Beiersdorf KFT	HU, Budapest	100,0	31	3	75
Beiersdorf SpA	IT, Mailand	100,0	338	17	372
Comet SpA	IT, Solbiate-Concagno	100,0	60	-	201
Beiersdorf N. V.	NL, Almere	100,0	156	18	247
Beiersdorf-Lechia S. A.	PL, Poznan	99,9	110	9	348
Beiersdorf Portuguesa, Lda.	PT, Queluz de Baixo	100,0	60	8	85
Beiersdorf ooo	RU, Moskau	100,0	68	4	122
Beiersdorf AB	SE, Kungsbacka	100,0	93	5	231



	Standort	Anteil am Kapital (in %)	Umsatz ¹⁾ 2005 (in Mio. €)	Ergebnis ²⁾ 2005 (in Mio. €)	Mitarbeiter 31.12.2005
Amerika					
BDF Nivea Ltda.	BR, São Paulo	100,0	84	-1	139
BDF Industria e Comercio Ltda.	BR, São Paulo	100,0	35	-1	105
Beiersdorf SA	CL, Santiago de Chile	100,0	36	2	116
BDF México, S. A. de C. V.	MX, Mexiko Stadt	100,0	76	4	299
Beiersdorf, Inc.	US, Wilton, CT	100,0	263	3	598
La Prairie, Inc.	US, New York	100,0	48	2	70
tesa tape, Inc.	US, Charlotte, NC	100,0	65	1	152
Afrika/Asien/Australien					
Beiersdorf Australia Ltd.	AU, North Ryde, NSW	100,0	74	1	195
Nivea (Shanghai) Company Ltd.	CN, Shanghai	100,0	42	1	625
Nivea-Kao Co., Ltd.	JP, Tokio	60,0	155	12	76
Beiersdorf Singapore Ltd.	SG, Singapore	100,0	39	1	51
Beiersdorf (Thailand) Co., Ltd.	TH, Bangkok	100,0	83	6	388
Teilkonzern BSN medical GmbH & Co. KG⁴⁾					
	DE, Hamburg	50,0	526	40	3.428

¹⁾ Die Werte enthalten auch Umsätze der Gesellschaften an andere Konzerngesellschaften und zeigen nicht den Beitrag zum Konzernabschluss

²⁾ Ergebnis nach Steuern; Werte entsprechen den Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften des Konzerns vor Konsolidierung

³⁾ Gemeinschaftsunternehmen, quotall konsolidiert; Werte sind entsprechend der Beteiligungsquote dargestellt

⁴⁾ Wertangaben des BSN medical Teilkonzerns zu 100 %



Stichwortverzeichnis

- A** Akquisitionen 32
Aktien 20 f, 22, 26 ff, 36, 42 f, 48 f, 56, 57, 65, 69 ff, 77 ff, 85
Aktienrückwerb, -rückkauf 42 f, 48 f, 56, 65, 69
Anteilsbesitz, Aktionärsstruktur 78 f
Arbeitsschutz 47
Aufsichtsrat 7, 23 ff, 26 ff, 36, 49, 70, 77, 79, 80 f
Ausblick 53
Auszeichnungen 3, 46
- B** Bedingtes Kapital 70
Bestätigungsvermerk 24, 29
Betriebliches Ergebnis (EBIT) 2, 35 ff, 39, 53, 54, 56, 58 f, 76, 85
Betriebsergebnis 48
Betriebliche Erträge 48, 54, 62
Betriebliche Aufwendungen 48, 54, 62
Bilanz 41, 42, 49, 55, 64, 66 ff, 86
Bilanzerläuterungen 66 ff
- C** Cashflow 2, 43 f, 51, 56, 58 f, 75 f
Consumer Business Strategie 4, 7, 11, 23 ff, 25, 31 ff, 44
Corporate Governance 23 f, 26 ff, 77
- D** Derivate Finanzinstrumente 51, 75
Dividende 2, 7, 20 f, 27, 36, 43, 48 f, 56 f, 77, 79, 85, 88
- E** EBIT 2, 35 ff, 39, 53, 54, 56, 58 f, 76, 85
EBITDA 2, 58 f, 76, 85
Eigenkapital 29, 42, 49, 55, 57, 61, 66, 68, 71, 75 f, 86
Entsprechenserklärung 23, 26, 77
Ergebnis je Aktie 2, 20 f, 36, 54, 65, 85
Erläuterungen zur Bilanz 66 ff
Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung 62 ff
- F** Finanzkalender 88
Finanzanlagen 2, 58 f, 85
Forschung und Entwicklung 2, 9, 13, 15, 31, 35 f, 45 f, 54, 58 f, 62, 80, 81, 85
- G** Genehmigtes Kapital 70
Geschäftsentwicklung 11, 21, 23, 30 ff, 35 ff, 48 f, 53, 76
Gewinn- und Verlustrechnung 29, 35, 48, 54, 60 ff
Grundkapital 69 f, 77, 86
- H** Hauptversammlung 7, 22, 24 f, 26 ff, 36, 49, 70, 77, 79, 88
- I** Immaterielle Vermögensgegenstände 42, 44, 48, 55 f, 62, 66, 76, 86
Impressum 87
Innovationen 3 f, 7, 11, 15, 17, 19, 31 ff, 40 f, 45, 51
Internet 3 f, 22 f, 26 ff, 41, 47, 77
Investitionen 2, 4, 15, 23, 31, 39, 42 f, 44 f, 56, 58 f, 85
Investor Relations 22, 87
- J** Jahresüberschuss 2, 7, 21, 35 f, 41, 48, 53 f, 57, 61, 79, 85
- K** Kapitalflussrechnung 29, 43, 56
Konsolidierungsgrundsätze 29, 61
Konsolidierungskreis 61, 66 ff, 73
Konzerngesellschaften 82 f
Kursentwicklung 20 f
- L** Lagebericht 30 ff
- M** Materialaufwand 48, 65, 85
Marken 2 ff, 7, 10 ff, 31 ff, 37 f, 44, 50 f, 66
Mitarbeiter 2, 7, 13, 19, 33, 51, 58 f, 65, 71 f, 82 f, 85
- O** Organe 80 ff
Organisationsstruktur 7, 31 ff, 48, 50 f, 53, 76
- P** Passion for Success 2, 4, 7, 11, 25, 31 f
Personalaufwand 48, 65, 73, 85
- R** Regionen 4, 13, 19, 32, 34 f, 37 ff, 44, 59, 76
Risikomanagement 23, 26, 50 f
Rückblick 3 f, 85 f
Rücklagen 55, 57, 71, 79, 86
Rückstellungen 36, 41 f, 49, 55 f, 61 f, 64, 71 f, 73, 76, 86
- S** Sachanlagen 42, 44, 48, 55, 67, 76, 86
Segmentberichterstattung 58 f, 62, 65, 76
Sicherheit 3, 41, 45 f, 47, 50, 74
Sonstige betriebliche Aufwendungen 48, 54, 62
Steuern 2, 35 f, 48, 53 ff, 63 ff, 68 f, 73 ff, 83, 85 f
Stimmrechte 28, 61, 78
Strategie 2, 4, 6 f, 9, 11, 21, 22, 23 ff, 30 ff, 44, 50
Supply Chain 4, 7, 9, 17, 21, 22, 23 ff, 31 f, 34, 44, 50, 53, 81
- T** Tochtergesellschaften 3 f, 13, 19, 34, 39, 47, 60 f
- U** Umsatz 2, 7, 13, 35 ff, 45, 48, 53 f, 58 f, 62, 65, 76, 82 f, 85 f
Umweltschutz 9, 33, 46 f, 50, 81
Unternehmenseinkommen 65
- V** Verbindlichkeiten 36, 41 ff, 49, 55 f, 58 ff, 61, 64, 69, 74 f, 76
Verbraucher 2 ff, 7, 10 ff, 31 ff, 40, 45, 50
Vermögensgegenstände 48 f
Vermögenswerte 42, 44, 55 f, 60 ff, 64, 66 ff, 75 f, 86
Vorräte 42 f, 49, 55 f, 62, 64, 69, 76
Vorstand 7 ff, 13, 22, 23 ff, 27, 36, 49, 52, 70, 77, 79 ff
- W** Wachstum 4, 7, 11, 13, 15, 19, 21, 31 ff, 34 f, 37 ff, 53
Währungsumrechnung 60
Wertschöpfungsrechnung 65
Wirtschaftslage 7, 34, 53
- Z** Zehnjahresüberblick 85 f
Ziele 2 ff, 7, 11, 13, 15, 17, 19, 31 ff, 33, 43 f, 47, 50 f, 53
Zinsergebnis 54, 63



Zehnjahresübersicht

(Angaben in Mio. €, soweit nicht anders vermerkt)	1996	1997	1998 ¹⁾	1999	2000	2001	2002	2003 ²⁾	2004	2005
Umsatz³⁾	2.954	3.215	3.347	3.638	4.116	4.542	4.742	4.435	4.546	4.776
Veränderung zum Vorjahr in %	8,1	8,8	4,1	8,7	13,1	10,3	4,4	-1,3	2,5	5,1
cosmed	1.573	1.751	1.980	2.242	2.590	2.955	3.167	-	-	-
medical	711	753	735	768	858	915	882	-	-	-
Consumer	-	-	-	-	-	-	-	3.739	3.840	4.041
tesa	670	711	632	628	668	672	693	696	706	735
Europa	2.196	2.329	2.550	2.687	2.855	3.183	3.410	3.329	3.388	3.498
Amerika	455	556	544	630	832	903	819	638	635	687
Afrika/Asien/Australien	303	330	253	321	429	456	513	468	523	591
EBITDA	364	377	424	468	538	620	633	614	656	693
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	235	248	291	339	389	466	472	455	483	531
Ergebnis vor Steuern	226	132	265	323	382	468	478	491	492	535
Jahresüberschuss	120	72	166	175	226	285	290	301	302	335
Umsatzrendite nach Steuern in %	4,0	2,2	5,0	4,8	5,5	6,3	6,1	6,8	6,6	7,0
Ergebnis je Aktie in €	1,34	1,31	1,93	2,04	2,61	3,32	3,37	3,50	3,88	4,36
Dividendensumme	43	43	52	60	84	109	118	121	121	129
Dividende je Aktie in €	0,51	0,51	0,61	0,72	1,00	1,30	1,40	1,60	1,60	1,70
Materialaufwand	901	964	981	995	1.112	1.196	1.205	1.149	1.113	1.147
Personalaufwand	673	716	701	713	786	817	863	808	804	840
Investitionen (inkl. Finanzanlagen)⁴⁾	123	144	138	129	249	241	242	162	165	128
Abschreibungen (inkl. Finanzanlagen)	133	133	154	129	149	154	162	159	173	162
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	94	97	74	79	88	92	93	97	101	109
in % vom Umsatz	3,2	3,0	2,2	2,2	2,1	2,0	2,0	2,2	2,2	2,3
Mitarbeiter 31.12.	17.881	16.777	16.417	16.065	16.590	17.749	18.183	16.664	16.492	16.769



(Angaben in Mio. €, soweit nicht anders vermerkt)	1996	1997	1998 ¹⁾	1999	2000	2001	2002	2003 ²⁾	2004	2005
Immaterielle Vermögenswerte	105	91	79	56	118	138	128	94	58	34
Sachanlagen	628	617	751	782	808	871	917	876	887	882
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	23	43	31	26	24	18	22	94	93	5
Vorräte	401	394	484	515	595	695	677	629	558	536
Forderungen und sonstige Vermögenswerte ³⁾	497	510	618	701	804	811	832	789	815	967
Flüssige Mittel	210	349	443	622	632	714	722	828	290	483
Eigenkapital	853	877	1.122	1.289	1.458	1.636	1.727	1.831	1.033	1.293
Gezeichnetes Kapital	215	215	215	215	215	215	215	215	215	215
Rücklagen	622	647	890	1.051	1.219	1.400	1.492	1.604	806	1.065
Anteile anderer Gesellschafter	16	15	17	23	24	21	20	12	12	13
Fremdkapital	1.011	1.127	1.284	1.413	1.523	1.611	1.571	1.479	1.668	1.614
Kurz- und langfristige Rückstellungen	578	666	691	772	828	863	908	839	846	837
Kurz- und langfristige Finanzverbindlichkeiten	91	80	66	61	83	129	96	66	204	103
Übrige Verbindlichkeiten und sonstige Passiva	342	381	527	580	612	619	567	574	618	674
Bilanzsumme	1.864	2.004	2.406	2.702	2.981	3.247	3.298	3.310	2.701	2.907
Eigenkapitalquote in %	45,7	43,8	46,8	47,7	48,9	50,4	52,4	55,3	38,2	44,5
Eigenkapitalrendite nach Steuern in %	14,7	8,3	14,7	14,5	16,4	18,5	17,3	16,9	21,1	28,8
Gesamtkapitalrendite vor Steuern in %	12,8	7,3	13,1	13,7	14,2	15,5	14,9	14,9	17,0	19,6
Beiersdorf Aktie Jahresschlusskurs⁶⁾	38,91	39,88	58,80	66,66	111,50	127,50	106,10	96,20	85,60	104,00
Marktkapitalisierung am 31.12. ⁶⁾	3.268	3.350	4.939	5.599	9.366	10.710	8.912	8.081	7.190	8.736

¹⁾ Werte bis einschließlich 1997 entsprechen Bilanzierung nach deutschem Recht (HGB); ab 1998 Bilanzierung nach International Accounting Standards (IAS/IFRS)

²⁾ Angepasst an neue Berichtsstruktur

³⁾ Ab 1998 Umsatz umgestellt von „nach Sitz der Kunden“ auf „nach Sitz der Gesellschaften“

⁴⁾ Ohne Wertänderungen aus at equity-Bewertung

⁵⁾ Einschließlich zur Veräußerung gehaltener langfristiger Vermögenswerte

⁶⁾ Bis 1998 bezogen auf Frankfurter Parketthandel, ab 1999 bezogen auf XETRA-Handel

Impressum

Herausgeber: Beiersdorf Aktiengesellschaft, Corporate Identity/Information,
Unnastraße 48, 20245 Hamburg
Telefon: 040 4909-0, Telefax: 040 4909-3434

Weitere Informationen:

Presse und Public Relations: Tel.: 040 4909-2332

E-Mail: Presse_PR@Beiersdorf.com

Investor Relations: Tel.: 040 4909-5000

E-Mail: Investor.Relations@Beiersdorf.com

Beiersdorf im Internet: www.Beiersdorf.de

Der Geschäftsbericht liegt auch in englischer Sprache vor.

Eine mediengerecht aufbereitete Online-Version des Geschäftsberichts sowie der Jahresabschluss der Beiersdorf AG stehen im Internet unter www.Beiersdorf.de/Geschaeftsbericht zur Verfügung. Die gedruckte Version des Jahresabschlusses kann angefordert werden bei: Beiersdorf AG, Konzernkommunikation, Unnastraße 48, 20245 Hamburg

Die Zwischenberichte stehen im Internet als digitale Version unter www.Beiersdorf.de/Zwischenbericht zur Verfügung.

Darüber hinaus können gedruckte Zwischenberichte angefordert werden bei: Beiersdorf AG, Investor Relations, Unnastraße 48, 20245 Hamburg



Finanzkalender

Veröffentlichung Geschäftsbericht 2005 Bilanzpressekonferenz Finanzanalystenkonferenz	2. März 2006
Zwischenbericht Januar bis März 2006	4. Mai 2006
Hauptversammlung	17. Mai 2006
Dividendenzahlung	18. Mai 2006
Zwischenbericht Januar bis Juni 2006	3. August 2006
Zwischenbericht Januar bis September 2006 Finanzanalystenkonferenz	7. November 2006
Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten	Januar 2007
Veröffentlichung Geschäftsbericht 2006 Bilanzpressekonferenz Finanzanalystenkonferenz	Februar/März 2007
Hauptversammlung	26. April 2007
Zwischenbericht Januar bis März 2007	Mai 2007
Zwischenbericht Januar bis Juni 2007	August 2007
Zwischenbericht Januar bis September 2007 Finanzanalystenkonferenz	November 2007