

BDF ●●●●

Beiersdorf

Zwischenbericht
Januar – Juni 2008



Eucerin: mit Anti-Aging erfolgreich wachsen.

Inhalt

- 03 Geschäftsentwicklung im Überblick
- 04 Segmente im Überblick
- 05 Top-Themen
- 06 Die Beiersdorf Aktie

Zwischenlagebericht Konzern

- 07 Ertragslage Konzern
- 08 Ertragslage Unternehmensbereiche
- 12 Vermögenslage Konzern
- 13 Finanzlage Konzern, Mitarbeiter
- 14 Sonstige Angaben, Chancen und Risiken
- 15 Ausblick 2008

Zwischenabschluss Konzern

- 16 Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz
- 17 Kapitalflussrechnung
- 18 Eigenkapitalentwicklung, Aufstellung aller erfassten Erträge und Aufwendungen
- 19 Ausgewählte Anhangangaben, Versicherung des Vorstands

Zum Titel:

Die neue Gesichtspflege Eucerin DermoDENSIFYER wurde speziell für die Haut von Frauen ab 55 entwickelt. Inspiriert von dermatologischen zellerneuernden Behandlungen wie chemischen Peelings, hat die Eucerin Anti-Age Forschung mit dem DermoDENSIFYER ein Produkt entwickelt, das den hauteigenen Zellerneuerungsprozess anregt und damit eine natürliche Tiefenregeneration unterstützt. So wird die Hautdicke verbessert, Falten werden sichtbar gemildert. Nach dem Erfolg des Hyaluron-Fillers soll die neue Serie, bestehend aus einer Tages-, einer Nacht- sowie einer Augen- und Lippenkonturpflege, die Position im Bereich der Dermo-Kosmetik stärken. Hier weisen Gesichtspflegeprodukte das größte Volumen auf; Anti-Aging-Produkte sind der größte Wachstumstreiber.

Geschäftsentwicklung im Überblick

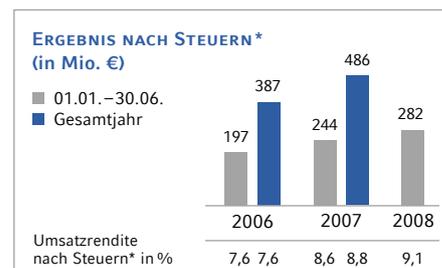
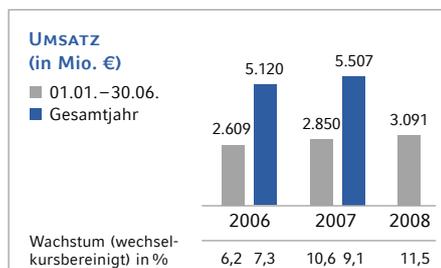
Weiterhin starkes Umsatzwachstum

- Umsatz um 11,5 % gesteigert (bereinigt um Wechselkursveränderungen)
- EBIT-Umsatzrendite* bei 12,7 %
- Ergebnis nach Steuern* bei 282 Mio. €

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2008

- Umsatzsteigerung über Marktwachstum
- EBIT-Umsatzrendite* (ohne Akquisitionen) über Vorjahr

BEIERSDORF AUF EINEN BLICK		
in Mio. € (sofern nicht anders angegeben)	01.01.–30.06.2007	01.01.–30.06.2008
Umsatz	2.850	3.091
Veränderung zum Vorjahr in % (wechsellkursbereinigt)	10,6	11,5
Veränderung zum Vorjahr in % (organisch)	10,6	8,3
Veränderung zum Vorjahr in % (nominal)	9,2	8,5
Consumer	2.426	2.649
tesa	424	442
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	315	407
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)*	373	392
Ergebnis nach Steuern	206	292
Ergebnis nach Steuern (ohne Sondereffekte)*	244	282
Umsatzrendite nach Steuern in %	7,2	9,4
Umsatzrendite nach Steuern in % (ohne Sondereffekte)*	8,6	9,1
Ergebnis je Aktie in €	0,90	1,28
Ergebnis je Aktie in € (ohne Sondereffekte)*	1,07	1,24
Brutto-Cashflow	251	292
Investitionen (inkl. Finanzanlagen)	46	65
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	61	72
Mitarbeiter (Anzahl am 30.06.)	16.990	22.296



* Ohne Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain (ausschließlich in Europa).

Segmente im Überblick

Geschäftsentwicklung nach Unternehmensbereichen

UMSATZ (in Mio. €)	01.04.–30.06.2007		01.04.–30.06.2008		01.01.–30.06.2007		01.01.–30.06.2008		Entwicklung in % wechsellkurs- nominal bereinigt	
		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		
Consumer	1.252	85,6	1.350	86,1	2.426	85,1	2.649	85,7	9,2	12,4
tesa	211	14,4	218	13,9	424	14,9	442	14,3	4,4	6,6
Gesamt	1.463	100,0	1.568	100,0	2.850	100,0	3.091	100,0	8,5	11,5

EBITDA (in Mio. €)	01.04.–30.06.2007		01.04.–30.06.2008		01.01.–30.06.2007		01.01.–30.06.2008		Entwicklung in % nominal
		in % vom Umsatz							
Consumer	154	12,3	207	15,3	324	13,4	399	15,1	23,0
tesa	29	14,1	30	13,9	58	13,7	60	13,6	3,3
Gesamt	183	12,5	237	15,1	382	13,4	459	14,8	20,0

BETRIEBLICHES ERGEBNIS (EBIT) (in Mio. €)	01.04.–30.06.2007		01.04.–30.06.2008		01.01.–30.06.2007		01.01.–30.06.2008		Entwicklung in % nominal
		in % vom Umsatz							
Consumer	119	9,5	185	13,7	268	11,1	358	13,5	33,5
Consumer (ohne Sondereffekte)*	167	13,3	172	12,7	326	13,4	343	12,9	5,2
tesa	24	11,3	25	11,3	47	11,0	49	11,1	4,9
Gesamt	143	9,8	210	13,4	315	11,1	407	13,2	29,3
Gesamt (ohne Sondereffekte)*	191	13,0	197	12,5	373	13,1	392	12,7	5,2

BRUTTO-CASHFLOW (in Mio. €)	01.04.–30.06.2007		01.04.–30.06.2008		01.01.–30.06.2007		01.01.–30.06.2008		Entwicklung in % nominal
		in % vom Umsatz							
Consumer	95	7,6	99	7,3	209	8,6	247	9,3	17,8
tesa	22	10,1	22	10,4	42	9,8	45	10,2	8,6
Gesamt	117	8,0	121	7,7	251	8,8	292	9,4	16,3

Geschäftsentwicklung nach Regionen

UMSATZ (in Mio. €)	01.04.–30.06.2007		01.04.–30.06.2008		01.01.–30.06.2007		01.01.–30.06.2008		Entwicklung in % wechsellkurs- nominal bereinigt	
		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		
Europa	1.077	73,6	1.118	71,3	2.084	73,1	2.195	71,0	5,4	6,0
Amerika	188	12,8	194	12,4	375	13,2	390	12,6	4,0	13,4
Afrika/Asien/Australien	198	13,6	256	16,3	391	13,7	506	16,4	29,3	39,6
Gesamt	1.463	100,0	1.568	100,0	2.850	100,0	3.091	100,0	8,5	11,5

BETRIEBLICHES ERGEBNIS (EBIT) (in Mio. €)	01.04.–30.06.2007		01.04.–30.06.2008		01.01.–30.06.2007		01.01.–30.06.2008		Entwicklung in % nominal
		in % vom Umsatz							
Europa	123	11,4	196	17,6	275	13,2	373	17,0	35,7
Europa (ohne Sondereffekte)*	171	15,8	183	16,4	333	16,0	358	16,3	7,5
Amerika	5	2,8	2	0,8	11	3,0	6	1,5	-49,6
Afrika/Asien/Australien	15	7,5	12	4,7	29	7,4	28	5,7	-0,8
Gesamt	143	9,8	210	13,4	315	11,1	407	13,2	29,3
Gesamt (ohne Sondereffekte)*	191	13,0	197	12,5	373	13,1	392	12,7	5,2

* Ohne Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain.

Die prozentualen Veränderungen beziehen sich auf Werte in Tsd. €.

Top-Themen



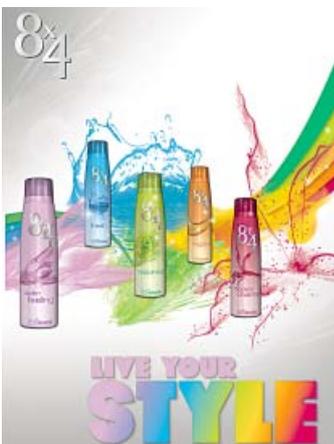
USA: erfolgreicher Strategiewechsel

Der US-amerikanische Kosmetikmarkt ist durch seine hohe Innovationskraft und durch starken Konkurrenzdruck geprägt. Nach einem grundsätzlichen Strategiewechsel 2006 hat sich Beiersdorf in den USA mit NIVEA hand and body und Eucerin/Aquaphor auf die Kernmarken in der Hautpflege fokussiert und in diesem Bereich 2007 ein deutliches organisches Wachstum erzielt. NIVEA body erreichte ein außergewöhnlich starkes Umsatzplus und Eucerin/Aquaphor ein zweistelliges Plus. Auch im ersten Halbjahr 2008 konnte diese positive Entwicklung weiter fortgesetzt werden. Der Strategiewechsel wird begleitet von einer neuen Marketingstrategie mit dem emotionalen Slogan „Touch and be touched“. Im Herbst 2008 wird mit NIVEA Lip Care die erste Produktlinie nach dem strategischen Wechsel eingeführt: NIVEA Lip Care soll die Nummer 1 in der Lippenpflege in den USA werden.



Indien: Ausbau der NIVEA FOR MEN Whitening-Range

Mit der Einführung von NIVEA FOR MEN Whitening Oil Control wird das erfolgreiche Whitening-Sortiment von NIVEA FOR MEN in Indien erweitert. Die Pflege ist speziell für die Bedürfnisse von Männern mit fettiger Haut entwickelt worden und erfüllt gleichzeitig den Wunsch nach einer hautaufhellenden Wirkung. Laut Studien schätzen über 60 % der indischen Männer helle Gesichtshaut als sehr wichtig ein. Die ersten NIVEA FOR MEN Whitening-Produkte wurden im Mai 2007 eingeführt, bereits sechs Monate danach war NIVEA FOR MEN Whitening Moisturizer das meistverkaufte Produkt im so genannten „Modern Trade“ – modernen Supermärkten, die als Distributionskanal zunehmend wichtiger werden. In diesem Bereich ist NIVEA FOR MEN Marktführer. Durch die Einführung des neuen Whitening-Produkts soll diese Position weiter gefestigt und ausgebaut werden.



8x4: Neuausrichtung des Deo-Klassikers

Seit Februar 2008 präsentiert sich die Deo-Marke 8x4 jünger und hochwertiger – unter anderem mit neuen Formeln und einem modernisierten Design. 8x4 bietet eine Vielzahl von Düften, die den individuellen Stil jedes Einzelnen unterstreicht. Passend dazu lautet das neue Leitmotto der Marke „Live your style“. Im Mittelpunkt der Kommunikationsaktivitäten steht die Internetseite www.8x4.de mit der 8x4 STYLEBOX. Sie bietet jungen Leuten die Möglichkeit, ihren persönlichen Stil vorzustellen. Für die STYLEBOX kooperiert 8x4 in Deutschland eng mit dem Musiksender VIVA. Darüber hinaus umfassen die Maßnahmen die Verteilung von Produktproben in Clubs und Bars sowie Print- und Onlinewerbung und Displays im Handel. Zusätzlich gibt es drei neue Produkte: das Deo „Satin Feeling“ und die Special Editions „Xite“ und „Break Free“ sprechen gezielt jüngere Zielgruppen an.



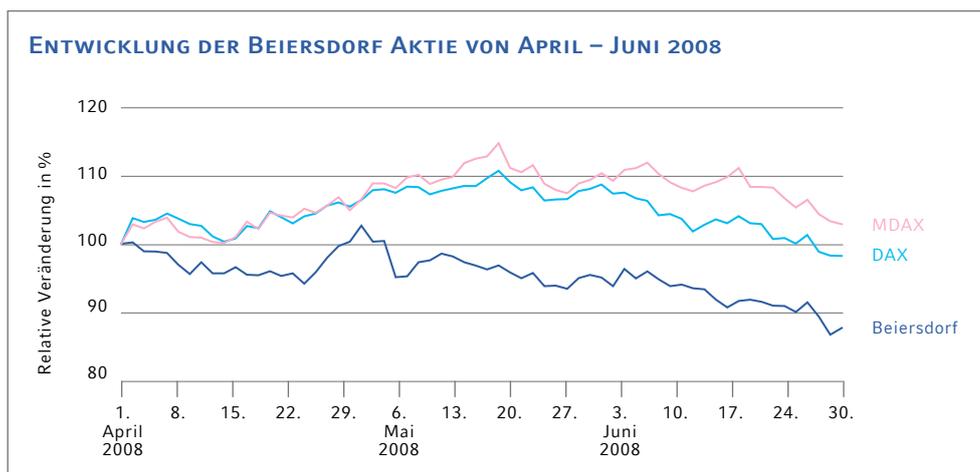
Weitere aktuelle Unternehmensinformationen finden Sie im Internet unter www.Beiersdorf.de.

Die Beiersdorf Aktie

Weltweit erhöhten kräftige Preissteigerungen bei Rohöl und anderen Rohstoffen den Inflationsdruck in den Märkten. Der in den letzten Monaten nahezu verdoppelte Ölpreis führte zu deutlichen Preiserhöhungen. Steigende langfristige Zinsen erzeugten einen Abwärtsdruck auf die Aktienmärkte und neutralisierten damit den positiven Effekt der wieder gestiegenen Risikobereitschaft der Anleger weitgehend. Durch die Anspannungen an den Finanzmärkten wurde die Weltkonjunktur weiter belastet, auch wenn einige Marktsegmente sich stabilisierten. Eine wichtige Stütze der Weltwirtschaft waren nach wie vor die sich entwickelnden Märkte der Schwellenländer, mit einer starken Inlandsnachfrage als Wachstumsmotor. In der Folge ergab sich im Verlauf eine unterschiedliche Entwicklung auf den internationalen Aktienmärkten: Nach einer deutlichen Erholung zu Beginn des zweiten Quartals entwickelten sich zahlreiche Werte und Indizes wieder nach unten. Diesen Verlauf nahm auch der DAX, der sich erst um mehr als 10 % gegenüber dem Quartalsbeginn verbesserte, dann allerdings unter dem Startpunkt bei 6.418 Punkten schloss.

Im April und Mai legten die Konsumgüterhersteller des europäischen HPC-Indexes (Household and Personal Care) ihre Quartalszahlen vor. Obwohl das Wachstum in vielen Fällen die Erwartungen übertroffen hatte, blieben die Anleger vor dem Hintergrund unsicherer Konjunkturerwartungen zurückhaltend. Der HPC-Index folgte weitgehend dem Verlauf des DAX und anderer Indizes und blieb insgesamt auf deutlich niedrigerem Niveau als der deutsche Leitindex.

Nach einem sehr starken ersten Quartal verlief der Kurs der Beiersdorf Aktie im zweiten Quartal deutlich unter den Indizes. Die im Mai in einem Conference Call vorgestellten Quartalsergebnisse zeigten ein sehr starkes Umsatzwachstum, lagen aber bei der Gewinnentwicklung etwas unter der Markterwartung, so dass positive Impulse für den Kurs ausblieben. Das Beiersdorf Management erläuterte im abgelaufenen Quartal auf Investorenkonferenzen und Roadshows in Skandinavien und Frankreich die erfolgreiche Umsetzung der Consumer Business Strategie und die größten Projekte in Marketing, Supply Chain und Finanzen. Der Kurs unserer Aktie verlief gegen Ende des Quartals weitgehend parallel mit dem Markt und schloss bei 46,77 €.



Zwischenlagebericht Konzern

Ertragslage Konzern

- Umsatzwachstum von 11,5 %
- EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) bei 12,7 %
- Ergebnis nach Steuern (ohne Sondereffekte) deutlich über Vorjahr

Im ersten Halbjahr erzielte der Konzern ein um Wechselkursveränderungen bereinigtes Umsatzwachstum von 11,5 %. Zu diesem sehr guten Wachstum trugen der Unternehmensbereich Consumer mit einer Umsatzsteigerung von 12,4 % und tesa mit einer Steigerung von 6,6 % bei. Das Wachstum ohne die Einbeziehung unserer Ende 2007 getätigten Akquisitionen (C-BONS Hair Care, 50 % Beiersdorf AG Schweiz) betrug 8,3 %. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 8,5 % auf 3.091 Mio. € (Vorjahr: 2.850 Mio. €).

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG			
(in Mio. €)	01.01.–30.06. 2007	01.01.–30.06. 2008	Entwicklung in %
Umsatzerlöse	2.850	3.091	8,5
Kosten der umgesetzten Leistungen	-920	-994	8,1
Brutto-Ergebnis vom Umsatz	1.930	2.097	8,6
Marketing- und Vertriebskosten	-1.342	-1.467	9,3
Forschungs- und Entwicklungskosten	-61	-72	18,7
Allgemeine Verwaltungskosten	-126	-142	12,6
Sonstiges betriebliches Ergebnis	-28	-24	-16,1
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	373	392	5,2
Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	-58	15	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	315	407	29,3
Finanzergebnis	14	20	41,9
Ergebnis vor Steuern	329	427	29,8
Ertragsteuern	-123	-135	9,8
Ergebnis nach Steuern	206	292	41,8
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,90	1,28	42,2

Das betriebliche Ergebnis ohne Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain wurde von 373 Mio. € auf 392 Mio. € gesteigert. Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite lag bei 12,7 % (Vorjahr: 13,1 %). Ohne Berücksichtigung unserer Ende 2007 getätigten Akquisitionen lag die EBIT-Umsatzrendite bei 13,1 %.

Die im Rahmen der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain erzielten Verkaufserlöse von Produktions- und Logistikstandorten, insbesondere des Werksgeländes der Beiersdorf AG in Hamburg-Hausbruch, überstiegen im ersten Halbjahr die angefallenen Aufwendungen und führten zu Erträgen in Höhe von 15 Mio. € (Vorjahr: Aufwand von 58 Mio. €). In diesem Zusammenhang noch erwartete Aufwendungen und Erträge werden sich im übrigen Geschäftsjahr im Wesentlichen ausgleichen.

Das Ergebnis nach Steuern lag bei 292 Mio. € (Vorjahr: 206 Mio. €). Ohne Sondereffekte erreichte das Ergebnis nach Steuern 282 Mio. € (Vorjahr: 244 Mio. €), die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern betrug 9,1 % (Vorjahr: 8,6 %).

Das Ergebnis je Aktie erhöhte sich auf 1,28 € (Vorjahr: 0,90 €). Ohne Sondereffekte stieg das Ergebnis je Aktie auf 1,24 € (Vorjahr: 1,07 €).

Ertragslage Unternehmensbereiche

Consumer

- Unternehmensbereich Consumer 12,4 % über Vorjahr
- EBIT-Umsatzrendite Consumer (ohne Sondereffekte) bei 12,9 %

CONSUMER (Jan. – Juni) (in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2008	1.865	345	439	2.649
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	6,5 %	13,2 %	43,4 %	12,4 %
Entwicklung (organisch)*	5,1 %	13,2 %	22,9 %	8,6 %
Entwicklung (nominal)	5,8 %	3,9 %	32,6 %	9,2 %
EBIT 2008**	324	2	17	343
EBIT-Umsatzrendite 2008**	17,3 %	0,7 %	3,9 %	12,9 %
EBIT 2007**	298	7	21	326
EBIT-Umsatzrendite 2007**	16,9 %	2,2 %	6,2 %	13,4 %

* Ohne die Umsätze unserer Ende 2007 getätigten Akquisitionen (C-BONS Hair Care, 50 % Beiersdorf AG Schweiz).
 ** Ohne Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain (ausschließlich in Europa).

Im ersten Halbjahr stieg der Umsatz deutlich um 12,4 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Kursen erreichte der Unternehmensbereich Consumer eine Umsatzsteigerung von 9,2 % auf 2.649 Mio. € (Vorjahr: 2.426 Mio. €). Ohne Berücksichtigung der Ende 2007 getätigten Akquisition der C-BONS Hair Care Gruppe in China und der Aufstockung des Anteils an der Beiersdorf AG (Schweiz) auf 100 % lag das Umsatzwachstum bei 8,6 %.

Der NIVEA-Umsatz stieg weltweit um 10,4 %. Diese positive Entwicklung war besonders geprägt durch starke Umsatzzuwächse bei NIVEA DEODORANT, NIVEA Hair Care und NIVEA FOR MEN. Der Umsatz mit den Marken Eucerin und la prairie erreichte im ersten Halbjahr ebenfalls jeweils zweistellige Wachstumsraten.

Das Consumer EBIT (ohne Sondereffekte) stieg auf 343 Mio. € (Vorjahr: 326 Mio. €). Die entsprechende Umsatzrendite lag bei 12,9 % (Vorjahr: 13,4 %). Die EBIT-Umsatzrendite ohne Einflüsse aus den Akquisitionen lag mit 13,5 % leicht über Vorjahr.

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG EUROPA				
(Jan. – Juni) (in Mio. €)	Deutschland	Westeuropa (ohne Deutschland)	Osteuropa	Gesamt
Umsatz 2008	499	1.029	337	1.865
Entwicklung (wechsellkursbereinigt)	0,6 %	5,9 %	19,0 %	6,5 %
Entwicklung (nominal)	0,6 %	4,5 %	19,4 %	5,8 %

Der Consumer Umsatz in der Region **Europa** lag um 6,5 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) über dem Vorjahreswert. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 5,8 % auf 1.865 Mio. € (Vorjahr: 1.763 Mio. €).

Der Umsatz in **Deutschland** lag um 0,6 % über dem Vorjahr. Positiv entwickelten sich unsere Marke Florena sowie NIVEA BEAUTÉ, NIVEA Hair Care und NIVEA DEODORANT. NIVEA VISAGE und Hansaplast zeigten nach dem Neuauftritt gute Wachstumsraten. Die Umsätze von Eucerin und NIVEA body hingegen blieben unter den Vorjahreswerten.

Das Umsatzwachstum in **Westeuropa** betrug 5,9 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zum Wachstum trugen insbesondere Griechenland (+10,9 %), Portugal (+5,5 %) und die Benelux/Frankreich-Gruppe (+5,4 %) bei. Unsere Marke Eucerin erzielte erneut eine zweistellige Wachstumsrate. Wesentliche Umsatzbeiträge leisteten NIVEA Hair Care und NIVEA DEODORANT. Ohne den neu hinzugewonnenen Umsatzanteil in der Schweiz lag das Wachstum in Westeuropa bei 3,4 %.

In **Osteuropa** erreichten die Umsätze mit einem Plus von 19,0 % wieder ein starkes Wachstum. In Russland, Polen und fast allen anderen osteuropäischen Märkten konnten wir erneut zweistellige Wachstumsraten verzeichnen.

In Russland entwickelten sich NIVEA VISAGE, NIVEA DEODORANT und NIVEA Hair Care sehr gut. In Polen trugen insbesondere die Umsätze mit NIVEA Hair Care, NIVEA FOR MEN und NIVEA Baby zum Wachstum bei.

Das Consumer EBIT in Europa (ohne Sondereffekte) erhöhte sich auf 324 Mio. € (Vorjahr: 298 Mio. €). Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite stieg auf 17,3 % (Vorjahr: 16,9 %).

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG AMERIKA			
(Jan. – Juni)			
(in Mio. €)	Nordamerika	Lateinamerika	Gesamt
Umsatz 2008	149	196	345
Entwicklung (wechsellkursbereinigt)	1,2 %	25,3 %	13,2 %
Entwicklung (nominal)	-11,4 %	19,7 %	3,9 %

In der Region **Amerika** stieg der Umsatz um 13,2 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 345 Mio. € um 3,9 % über dem Vorjahreswert (332 Mio. €).

Der Umsatz in **Nordamerika** (bereinigt um Wechselkursveränderungen) lag um 1,2 % über dem des Vorjahreszeitraums. Die Fokuskategorien NIVEA body, NIVEA FOR MEN, Eucerin und la prairie entwickelten sich positiv und konnten so den Umsatzrückgang aus der Einstellung von NIVEA VISAGE und infolge des 2007 verkauften Pflastergeschäfts ausgleichen.

In **Lateinamerika** verzeichneten wir ein Umsatzwachstum von 25,3 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Dazu trugen alle großen Märkte mit zweistelligen Wachstumsraten bei. Neben den wichtigen Märkten Mexiko (+19,4 %) und Brasilien (+25,3 %) verzeichneten besonders Argentinien (+50,2 %) und Venezuela (+45,9 %) starke Wachstumsraten. Sehr gut entwickelten sich in dieser Schwerpunktregion insbesondere NIVEA DEODORANT, NIVEA FOR MEN und Eucerin.

Das Consumer EBIT in Amerika lag bei 2 Mio. € (Vorjahr: 7 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite betrug 0,7 % (Vorjahr: 2,2 %).

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG AFRIKA/ASIEN/AUSTRALIEN	
(Jan. – Juni)	
(in Mio. €)	Afrika/Asien/Australien
Umsatz 2008	439
Entwicklung (wechsellkursbereinigt)	43,4 %
Entwicklung (nominal)	32,6 %

Die Region **Afrika/Asien/Australien** erreichte mit 43,4 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) eine sehr gute Wachstumsrate. Der Umsatz zu aktuellen Wechselkursen erreichte 439 Mio. € und lag damit um 32,6 % über dem Vorjahr (331 Mio. €). Ohne die Berücksichtigung des Umsatzes der Ende 2007 erworbenen chinesischen C-BONS Hair Care Gruppe lag die Umsatzsteigerung in dieser Region bei 22,9 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen).

Unsere NIVEA-Gesellschaft in China konnte ihren Umsatz um 43,8 % steigern. Des Weiteren trugen unsere Gesellschaften im Mittleren Osten (+39,6 %) und in Afrika (+39,4 %) erheblich zum Umsatzwachstum dieser Region bei.

In China waren NIVEA body, NIVEA FOR MEN und NIVEA DEODORANT sowie die C-BONS Hair Care Marken äußerst erfolgreich. Im Mittleren Osten entwickelten sich NIVEA SUN, NIVEA body und NIVEA VISAGE sehr gut. Das Wachstum in Afrika wurde insbesondere von NIVEA body und NIVEA FOR MEN getragen. In Japan konnten Wachstumssteigerungen von NIVEA FOR MEN und NIVEA SUN Umsatzrückgänge von NIVEA body und unserer den Markt dominierenden Marke 8x4 nicht vollständig ausgleichen.

Die EBIT-Entwicklung in dieser Region ist durch die erweiterten Marketinginvestitionen von C-BONS Hair Care beeinflusst. Das EBIT der Region betrug 17 Mio. € (Vorjahr: 21 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 3,9 % (Vorjahr: 6,2 %).

tesa

- Unternehmensbereich tesa wächst um 4,4 %
- EBIT-Umsatzrendite tesa steigt auf 11,1 %

tesa (Jan. – Juni) (in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2008	330	45	67	442
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	3,2 %	15,0 %	18,8 %	6,6 %
Entwicklung (organisch)	3,2 %	15,0 %	18,8 %	6,6 %
Entwicklung (nominal)	3,1 %	4,3 %	11,2 %	4,4 %
EBIT 2008	34	3	12	49
EBIT-Umsatzrendite 2008	10,4 %	6,8 %	17,2 %	11,1 %
EBIT 2007	35	4	8	47
EBIT-Umsatzrendite 2007	10,8 %	9,0 %	13,7 %	11,0 %

Der tesa-Umsatz lag um 6,6 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) über dem Vorjahresumsatz. Zu aktuellen Kursen erreichte tesa einen Umsatz von 442 Mio. € (Vorjahr: 424 Mio. €) und wuchs damit um 4,4 %.

Im ersten Halbjahr 2008 setzte sich die positive Entwicklung sowohl im Industrie- als auch im Endverbrauchergeschäft fort. Dabei wurden im Industriebereich die größten Zuwachsraten mit Lösungen für die Automobilindustrie und mit Kunden aus der Elektro- und Elektronikindustrie erzielt. Auch das Endverbrauchergeschäft entwickelte sich sehr gut. In einem schwächer werdenden Umfeld konnten Marktanteile hinzugewonnen werden.

Im Unternehmensbereich tesa konnten die Regionen Osteuropa (+13,1 %), Lateinamerika (+31,7 %) und die Region Afrika/Asien/Australien (+18,8 %) zweistellige Wachstumsraten erzielen.

Das EBIT lag bei 49 Mio. € (Vorjahr: 47 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 11,1 % (Vorjahr: 11,0 %).

Vermögenslage Konzern

BILANZ			
Aktiva (in Mio. €)	31.12.2007	30.06.2007	30.06.2008
Langfristige Vermögenswerte	1.081	792	1.093
Vorräte	598	570	663
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.088	1.137	1.272
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.117	1.217	1.136
	3.884	3.716	4.164
Passiva (in Mio. €)	31.12.2007	30.06.2007	30.06.2008
Eigenkapital	2.070	1.850	2.176
Langfristiges Fremdkapital	561	527	555
Kurzfristiges Fremdkapital	1.253	1.339	1.433
	3.884	3.716	4.164

Die langfristigen Vermögenswerte stiegen im Vergleich zum 31. Dezember 2007 um 12 Mio. € auf 1.093 Mio. €. Die Investitionen lagen im ersten Halbjahr 2008 bei 65 Mio. € (Vorjahr: 45 Mio. €). Davon entfielen auf den Unternehmensbereich Consumer 53 Mio. € (Vorjahr: 37 Mio. €) und auf tesa 12 Mio. € (Vorjahr: 8 Mio. €). Die Abschreibungen beliefen sich auf 52 Mio. € (Vorjahr: 67 Mio. €). Die gute Umsatzentwicklung führte zu gestiegenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und damit auch zu einer deutlichen Erhöhung der sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte auf 1.272 Mio. €.

Das langfristige Fremdkapital hat sich seit dem 31. Dezember 2007 leicht um 6 Mio. € auf 555 Mio. € verringert. Die operativ bedingte Erhöhung der sonstigen Rückstellungen sowie höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen führten zu einem Anstieg des kurzfristigen Fremdkapitals auf 1.433 Mio. €.

FINANZIERUNGSSTRUKTUR



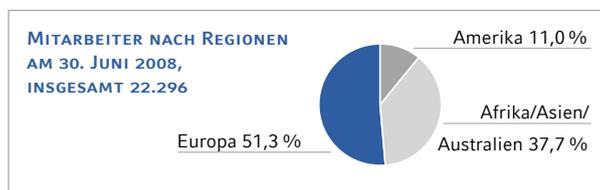
Finanzlage Konzern

KAPITALFLUSSRECHNUNG		
(in Mio. €)	01.01.–30.06.2007	01.01.–30.06.2008
Brutto-Cashflow	251	292
Cashflow Nettoumlaufvermögen	-101	-152
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	150	140
Cashflow aus investiver Tätigkeit	-1	50
Free-Cashflow	149	190
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-161	-163
Wechselkurs- und sonstige Veränderungen	-1	-8
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-13	19
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	1.230	1.117
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.06.	1.217	1.136

Der Brutto-Cashflow betrug 292 Mio. €. Der Mittelabfluss aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens lag bei 152 Mio. €. Ursache hierfür waren im Wesentlichen gestiegene Forderungen aus Lieferungen und Leistungen infolge des guten Geschäftsverlaufs. Insgesamt lag der Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit bei 140 Mio. €. Die Mittelveränderung aus investiver Tätigkeit betrug 50 Mio. €. Den Ausgaben für Investitionen in Höhe von 65 Mio. € standen Einnahmen aus dem Verkauf von Anlagevermögen von 91 Mio. € und aus Zinsen und sonstiger Finanzeinnahmen von 24 Mio. € gegenüber. Der Free-Cashflow erreichte 190 Mio. €. Bedingt durch die Auszahlung der Dividende in Höhe von 159 Mio. € sowie Zins- und sonstiger Finanzausgaben in Höhe von 4 Mio. € lag der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit bei 163 Mio. €. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erreichten 1.136 Mio. €.

Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2007 um 1.195 auf 22.296. Zum 30. Juni waren 18.395 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.901 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.



Sonstige Angaben

Untersuchung strategischer Alternativen für BODE Chemie

Im Rahmen der weiteren Umsetzung der Consumer Business Strategie sucht Beiersdorf strategische Alternativen für die deutsche Tochtergesellschaft BODE Chemie.

BODE Chemie produziert und vertreibt Desinfektionsmittel für Hände, Haut, Instrumente und Flächen. Durch seine Ausrichtung auf Krankenhäuser und Großhändler unterscheidet sich dieses Geschäft deutlich vom übrigen Beiersdorf Consumer Geschäft. BODE Chemie erzielte 2007 einen Umsatz in Höhe von etwa 70 Mio. €.

Chancen und Risiken

In Bezug auf Chancen und Risiken verweisen wir auf den Risikobericht im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2007.

Ergänzend dazu ist Folgendes zu berichten:

Neben anderen Unternehmen sind Gesellschaften des Beiersdorf-Konzerns in Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien und in den Niederlanden in Kartellverfahren im Bereich Kosmetikartikel auf nationaler Ebene involviert. Beiersdorf kooperiert jeweils in vollem Umfang mit den Behörden. In Deutschland hat das Bundeskartellamt ein Bußgeldverfahren eingeleitet. Die Vorermittlungen in den übrigen Ländern befinden sich noch in einem sehr frühen Stadium. Eine belastbare Einschätzung des Gesamtrisikos aus Konzernsicht ist zurzeit nicht möglich.

Ausblick 2008

Wirtschaftliche Rahmenfaktoren

Die Konjunkturerwartungen für das Jahr 2008 sehen wir weiter durch den starken Anstieg der Energiepreise, die anhaltenden Unsicherheiten auf den Finanzmärkten sowie die schwächere US-Konjunktur belastet.

Der weltweite Kosmetikmarkt wird voraussichtlich mit 3 % bis 4 % Wachstum in diesem Jahr den langjährigen Trend fortsetzen.

In den großen Märkten Westeuropas rechnen wir mit einer moderaten Entwicklung. In Osteuropa, Lateinamerika und Asien gehen wir hingegen von deutlichen Wachstumssteigerungen aus.

In den für tesa relevanten Märkten im Industrie- und Konsumbereich erwarten wir wie in den Vorjahren eine regional sehr unterschiedliche Entwicklung. Für Asien und Osteuropa gehen wir von Wachstumsraten im hohen und mittleren einstelligen Bereich aus, während für die reiferen Märkte niedrige einstellige Wachstumsraten wahrscheinlich sind.

Im Rohstoff- und Beschaffungsmarkt erwarten wir im Verlauf des Jahres weiter steigende Preise.

Geschäftsentwicklung

Nach der anhaltend guten Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2008 soll der **Beiersdorf Konzern** für das Gesamtjahr ein organisches Umsatzwachstum erreichen, das über den jeweiligen Marktentwicklungen liegt.

Die EBIT-Umsatzrendite soll sich auf vergleichbarer Basis weiter erhöhen. Durch die Marketinginvestitionen der Ende 2007 erworbenen chinesischen C-BONS Hair Care Gruppe wird das EBIT-Wachstum im Konzern in diesem Jahr geringer ausfallen.

Wie bereits im Zwischenbericht zum ersten Quartal berichtet, erwarten wir im Rahmen der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain für 2008 einen Ertrag in Höhe von etwa 15 Mio. €. Die Gesamtbelastung durch die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain verringert sich insgesamt auf unter 200 Mio. €. Wir gehen weiterhin davon aus, dass außerordentliche finanzielle Auswirkungen im Wesentlichen noch 2008 entstehen und lediglich geringe Aufwendungen in der ersten Jahreshälfte 2009 anfallen. Unverändert sollen ab 2009 die Kostenvorteile bei 100 Mio. € pro Jahr liegen.

Für den Unternehmensbereich **Consumer** erwarten wir weiterhin ein organisches Wachstum von über 8 %. Die erworbenen Geschäfte in China und in der Schweiz werden dieses Wachstum noch verstärken. Besonders starkes Wachstum sehen wir vor allem in China, Russland, Brasilien und Indien. Bezogen auf das organische Wachstum wird sich die EBIT-Umsatzrendite weiter erhöhen. Die zusätzlichen Marketinginvestitionen der C-BONS Hair Care Gruppe werden das EBIT-Wachstum verringern.

Der Unternehmensbereich **tesa** will eine über der Marktentwicklung liegende Umsatzsteigerung erzielen und die EBIT-Umsatzrendite leicht steigern.

Zwischenabschluss Konzern

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG				
(in Mio. €)	01.04.–30.06. 2007	01.04.–30.06. 2008	01.01.–30.06. 2007	01.01.–30.06. 2008
Umsatzerlöse	1.463	1.568	2.850	3.091
Kosten der umgesetzten Leistungen	-486	-516	-920	-994
Brutto-Ergebnis vom Umsatz	977	1.052	1.930	2.097
Marketing- und Vertriebskosten	-685	-743	-1.342	-1.467
Forschungs- und Entwicklungskosten	-31	-38	-61	-72
Allgemeine Verwaltungskosten	-62	-71	-126	-142
Sonstiges betriebliches Ergebnis	-8	-3	-28	-24
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	191	197	373	392
Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	-48	13	-58	15
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	143	210	315	407
Übriges Finanzergebnis	8	10	14	20
Ergebnis vor Steuern	151	220	329	427
Ertragsteuern	-57	-72	-123	-135
Ergebnis nach Steuern	94	148	206	292
Ergebnis der Anteilseigner	93	147	204	290
Ergebnis anderer Gesellschafter	1	1	2	2
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,41	0,65	0,90	1,28

BILANZ			
Aktiva (in Mio. €)	31.12.2007	30.06.2007	30.06.2008
Immaterielle Vermögenswerte	350	28	347
Sachanlagen	687	717	699
Sonstige langfristige Vermögenswerte	10	13	9
Latente Steueransprüche	34	34	38
Langfristige Vermögenswerte	1.081	792	1.093
Vorräte	598	570	663
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	823	937	1.020
Ertragsteuerforderungen	38	19	36
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	170	179	204
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.117	1.217	1.136
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen	57	2	12
Kurzfristige Vermögenswerte	2.803	2.924	3.071
	3.884	3.716	4.164
Passiva (in Mio. €)	31.12.2007	30.06.2007	30.06.2008
Anteile der Anteilseigner der Beiersdorf AG	2.061	1.843	2.170
Anteile anderer Gesellschafter	9	7	6
Eigenkapital	2.070	1.850	2.176
Langfristige Rückstellungen	407	412	384
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1	7	1
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	58	10	57
Latente Steuerverbindlichkeiten	95	98	113
Langfristiges Fremdkapital	561	527	555
Kurzfristige Rückstellungen	505	619	627
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	529	518	557
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	82	56	91
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	137	146	158
Zur Veräußerung bestimmtes Fremdkapital	-	-	-
Kurzfristiges Fremdkapital	1.253	1.339	1.433
	3.884	3.716	4.164

KAPITALFLUSSRECHNUNG		
(in Mio. €)	01.01.–30.06.2007	01.01.–30.06.2008
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	315	407
Auszahlungen für Ertragsteuern	-113	-106
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen	67	52
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)	-8	-18
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen	-10	-43
Brutto-Cashflow	251	292
Veränderung der Vorräte	-22	-65
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	-246	-243
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen	167	156
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	150	140
Auszahlungen für Investitionen	-46	-65
Einzahlungen aus Desinvestitionen	14	91
Zins-, Dividenden- und sonstige Finanzeinnahmen	31	24
Cashflow aus investiver Tätigkeit	-1	50
Free-Cashflow	149	190
Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten	56	91
Auszahlungen aus der Tilgung von Krediten	-62	-82
Zins- und sonstige Finanzausgaben	-19	-13
Auszahlung Dividende Beiersdorf AG	-136	-159
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-161	-163
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	-1	-8
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-13	19
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	1.230	1.117
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.06.	1.217	1.136

EIGENKAPITALENTWICKLUNG							
JANUAR – JUNI 2008							
(in Mio. €)	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen*	Unterschied aus Währungs-umrechnung	Marktbewertung Finanzinstrumente	Anteile anderer Gesellschafter	Gesamt
01.01.2008	252	47	1.879	-123	6	9	2.070
Netto-Ergebnis aus Cashflow Hedges	-	-	-	-	-3	-	-3
Wechselkursveränderungen	-	-	-	-14	-	-	-14
Übrige Veränderungen	-	-	-6	-	-	-4	-10
<i>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</i>	-	-	-6	-14	-3	-4	-27
<i>Ergebnis nach Steuern</i>	-	-	290	-	-	2	292
<i>Gesamtergebnis der Periode</i>	-	-	284	-14	-3	-2	265
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-159	-	-	-	-159
30.06.2008	252	47	2.004	-137	3	7	2.176
JANUAR – JUNI 2007							
01.01.2007	252	47	1.587	-93	-12	9	1.790
Netto-Ergebnis aus Cashflow Hedges	-	-	-	-	-1	-	-1
Wechselkursveränderungen	-	-	-	-14	-	-	-14
Übrige Veränderungen	-	-	-5	-	14	-4	5
<i>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</i>	-	-	-5	-14	13	-4	-10
<i>Ergebnis nach Steuern</i>	-	-	204	-	-	2	206
<i>Gesamtergebnis der Periode</i>	-	-	199	-14	13	-2	196
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-136	-	-	-	-136
30.06.2007	252	47	1.650	-107	1	7	1.850

* Die Gewinnrücklagen beinhalten eine Kürzung um die Anschaffungskosten eigener Anteile von 955 Mio. €.

AUFSTELLUNG ALLER ERFASSTEN ERTRÄGE UND AUFWENDUNGEN		
(in Mio. €)	01.01.–30.06.2007	01.01.–30.06.2008
Netto-Ergebnis aus Cashflow Hedges	-1	-3
Unterschiede aus der Währungs-umrechnung	-14	-14
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	-	-
Übrige direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen	5	-10
Summe der direkt im Eigenkapital erfassten Erträge und Aufwendungen	-10	-27
Ergebnis nach Steuern	206	292
Summe der erfassten Erträge und Aufwendungen	196	265
Davon entfallen auf		
– Anteilseigner der Beiersdorf AG	198	267
– andere Gesellschafter	-2	-2

Ausgewählte Anhangangaben

Informationen zu Gesellschaft und Konzern

Die Beiersdorf AG hat ihren Firmensitz in der Unnastraße 48 in Hamburg (Deutschland) und ist beim Amtsgericht Hamburg im Handelsregister unter HRB 1787 eingetragen. Das oberste Mutterunternehmen der Gesellschaft ist die maxingvest ag (vormals: Tchibo Holding AG). Die Aktivitäten der Beiersdorf AG und ihrer Tochtergesellschaften („Beiersdorf Konzern“) umfassen im Wesentlichen die Herstellung und den Vertrieb von Markenartikelprodukten in den Bereichen Haut- und Schönheitspflege sowie die Herstellung und den Vertrieb von technischen Klebebändern.

Grundlagen der Erstellung des Abschlusses

Der Konzernzwischenabschluss für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2008 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt. Der Konzernzwischenabschluss sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007 gelesen werden.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für diesen Zwischenbericht wurden die Werte unter Anwendung der International Financial Reporting Standards (IFRS) ermittelt. Auf den Konzernzwischenabschluss wurden die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie im Konzernabschluss 2007 angewandt. Der Zwischenbericht wurde vom Abschlussprüfer nicht geprüft oder einer prüferischen Durchsicht unterzogen.

Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Bezüglich der Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007. Es haben sich im ersten Halbjahr 2008 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

Corporate Governance

Die Entsprechenserklärung von Aufsichtsrat und Vorstand für das Geschäftsjahr 2007 zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 Aktiengesetz wurde Ende Dezember 2007 abgegeben und ist über unsere Internetseite www.Beiersdorf.de dauerhaft zugänglich.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

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

Versicherung des Vorstands

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Hamburg, im August 2008

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Finanzkalender

4. November 2008	Zwischenbericht Januar bis September 2008, Finanzanalystenkonferenz
Januar 2009	Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten
Februar/März 2009	Veröffentlichung Geschäftsbericht 2008, Bilanzpressekonferenz, Finanzanalystenkonferenz
30. April 2009	Hauptversammlung
Mai 2009	Zwischenbericht Januar bis März 2009
August 2009	Zwischenbericht Januar bis Juni 2009
November 2009	Zwischenbericht Januar bis September 2009, Finanzanalystenkonferenz



Der Zwischenbericht liegt auch in englischer Sprache vor und ist im Internet als Onlineversion unter www.Beiersdorf.de/Zwischenbericht verfügbar.

Registergericht Hamburg HRB 1787

BDF ●●●●
Beiersdorf

Passion for Skin & Beauty Care



Herausgeber:

Beiersdorf Aktiengesellschaft, Global Corporate Identity & Information, Unnastraße 48, 20245 Hamburg
Telefon: +49 40 4909-0, Fax: +49 40 4909-3434

Weitere Informationen:

Corporate Media Relations: Telefon: +49 40 4909-3077, E-Mail: Presse_PR@Beiersdorf.com
Investor Relations: Telefon: +49 40 4909-5000, E-Mail: Investor.Relations@Beiersdorf.com
Beiersdorf im Internet: www.Beiersdorf.de