BDF Beiersdorf

Zwischenbericht
Januar – März 2008

Nah am Verbraucher – mit erfolgreichen Innovationen

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

Zum Titel:
Wir sind unseren Verbrauchern nah, verstehen ihre Bedürfnisse und begeistern sie mit innovativen Produkten für ihre Haut- und Schönheitspflege. Eine unserer neuesten Innovationen ist NIVEA My Silhouette. Die Gel-Creme, die erste messbare Ergebnisse bereits nach vier Wochen verspricht, glättet und strafft die Haut mit den wertvollen Inhaltsstoffen weißer Tee und Anis-Extrakt. Die Figur wirkt wie remodelliert, für eine insgesamt schöner wirkende Silhouette.

NIVEA My Silhouette soll an die weltweiten Erfolge von Good-bye Cellulite anknüpfen und zur weiteren Stärkung des NIVEA body-Segments beitragen.

Geschäftsentwicklung im Überblick

Starkes Wachstum im ersten Quartal

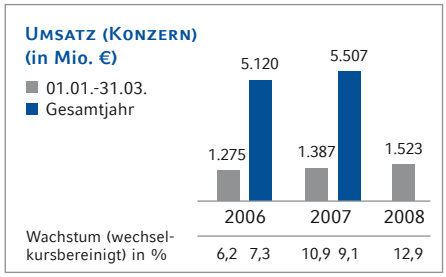
- ☐ Umsatz steigt um 12,9 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen)
- ☐ Unternehmensbereich Consumer erreicht zweistelliges Wachstum in den internationalen Fokusregionen
- ☐ EBIT-Umsatzrendite* bei 12,9 %
- ☐ Ergebnis nach Steuern* bei 143 Mio. €

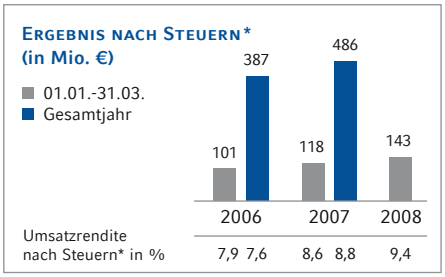
Ausblick auf das Geschäftsjahr 2008

- ☐ Umsatzsteigerung über Marktwachstum
- ☐ EBIT-Umsatzrendite* (ohne Akquisitionen) über Vorjahr
- ☐ Weitere Verbesserung der entsprechenden Nettoumsatzrendite*

Beiersdorf auf einen Blick

in Mio. € (sofern nicht anders angegeben)	01.01.–31.03.2007	01.01.–31.03.2008
Umsatz	**1.387**	**1.523**
Veränderung zum Vorjahr in % (wechselkursbereinigt)	10,9	12,9
Veränderung zum Vorjahr in % (organisch)**	10,9	9,2
Veränderung zum Vorjahr in % (nominal)	8,7	9,8
Consumer	1.174	1.299
tesa	213	224
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	172	197
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)*	**182**	**195**
Ergebnis nach Steuern	112	144
Ergebnis nach Steuern (ohne Sondereffekte)*	**118**	**143**
Umsatzrendite nach Steuern in %	8,1	9,4
Umsatzrendite nach Steuern in % (ohne Sondereffekte)*	**8,6**	**9,4**
Ergebnis je Aktie in €	0,49	0,63
Ergebnis je Aktie in € (ohne Sondereffekte)*	**0,52**	**0,63**
Brutto-Cashflow	**134**	**170**
Investitionen (inkl. Finanzanlagen)	**25**	**25**
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	**30**	**34**
Mitarbeiter (Anzahl am 31.03.)	**17.243**	**21.730**





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

Segmente im Überblick

Geschäftsentwicklung nach Unternehmensbereichen

Umsatz (in Mio. €)	01.01.–31.03.2007	Anteil in %	01.01.–31.03.2008	Anteil in %	Entwicklung in % nominal	Entwicklung in % wechselkursbereinigt
Consumer	1.174	84,6	1.299	85,3	10,7	13,9
tesa	213	15,4	224	14,7	5,2	7,3
Gesamt	**1.387**	**100,0**	**1.523**	**100,0**	**9,8**	**12,9**

EBITDA (in Mio. €)	01.01.–31.03.2007	in % vom Umsatz	01.01.–31.03.2008	in % vom Umsatz	Entwicklung in % nominal
Consumer	170	14,5	192	14,9	13,2
tesa	29	13,4	30	13,3	4,2
Gesamt	**199**	**14,4**	**222**	**14,6**	**11,9**

Betriebliches Ergebnis (EBIT) (in Mio. €)	01.01.–31.03.2007	in % vom Umsatz	01.01.–31.03.2008	in % vom Umsatz	Entwicklung in % nominal
Consumer	149	12,7	173	13,3	16,1
*Consumer (ohne Sondereffekte)**	*159*	*13,6*	*171*	*13,2*	*7,4*
tesa	23	10,7	24	10,8	6,7
Gesamt	**172**	**12,4**	**197**	**13,0**	**14,9**
Gesamt (ohne Sondereffekte)*	***182***	***13,1***	***195***	***12,9***	***7,3***

Brutto-Cashflow (in Mio. €)	01.01.–31.03.2007	in % vom Umsatz	01.01.–31.03.2008	in % vom Umsatz	Entwicklung in % nominal
Consumer	114	9,7	148	11,4	30,3
tesa	20	9,6	22	10,1	10,5
Gesamt	**134**	**9,7**	**170**	**11,2**	**27,3**

Geschäftsentwicklung nach Regionen

Umsatz (in Mio. €)	01.01.–31.03.2007	Anteil in %	01.01.–31.03.2008	Anteil in %	Entwicklung in % nominal	Entwicklung in % wechselkursbereinigt
Europa	1.006	72,6	1.077	70,7	7,0	7,7
Amerika	188	13,5	196	12,9	4,6	14,4
Afrika/Asien/Australien	193	13,9	250	16,4	29,6	38,9
Gesamt	**1.387**	**100,0**	**1.523**	**100,0**	**9,8**	**12,9**

Betriebliches Ergebnis (EBIT) (in Mio. €)	01.01.–31.03.2007	in % vom Umsatz	01.01.–31.03.2008	in % vom Umsatz	Entwicklung in % nominal
Europa	152	15,1	177	16,4	16,2
*Europa (ohne Sondereffekte)**	*162*	*16,1*	*175*	*16,2*	*7,6*
Amerika	6	3,2	4	2,1	–29,8
Afrika/Asien/Australien	14	7,2	16	6,7	19,3
Gesamt	**172**	**12,4**	**197**	**13,0**	**14,9**
Gesamt (ohne Sondereffekte)*	***182***	***13,1***	***195***	***12,9***	***7,3***

*Ohne Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain.

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

Top-Themen

„When life gets exciting.“: Hansaplast positioniert sich neu

Die Pflaster- und Wundversorgungsmarke Hansaplast präsentiert seit Anfang 2008 ihren komplett überarbeiteten Markenauftritt. Der neue Slogan „When life gets exciting.“ („Raus ins Leben.“) richtet sich an Verbraucher, die ein aktives, aufregendes Leben führen, ohne an mögliche Verletzungen oder Beschwerden denken zu müssen. Neben dem Logo und dem Verpackungsdesign wurde auch die Präsenz im Handel und die Internetseite modernisiert und überarbeitet. Mit dem emotionalen und dynamischen Auftritt will die Marke Hansaplast ihre Marktposition stärken und konsequent ausbauen. Unterstützt wird diese Entwicklung durch verbraucherrelevante Innovationen, wie das Knie- und Ellenbogenpflaster für Kinder, das sich durch seine spezielle Form und das flexible Material Knien und Ellenbogen anpasst.

NIVEA FOR MEN setzt Akzente im Männerpflegesegment

Die Männerkosmetik zählt bei einem Volumen von 3,6 Milliarden Euro zu den am stärksten wachsenden Segmenten in der Branche. Allein die Gesichtspflege verzeichnet jährlich deutliche Steigerungsraten. Allen voran Beiersdorf mit der Marke NIVEA FOR MEN: Der Vorreiter im Segment der Männerkosmetik ist in den Bereichen „Post Shave“ und „Skin Care“ weltweit Marktführer. Das Erfolgsrezept sind überzeugende Produkte, die sich klar an den Bedürfnissen von Männern orientieren. Hierzu zählen die Anti-Age-Pflege NIVEA FOR MEN DNAge und die Rasier-Serie NIVEA FOR MEN Extreme Comfort, die eine Rasur mit weniger Hautirritationen ermöglicht. Mit diesen und weiteren Innovationen wird die Marke ihre Stellung im Männerpflegesegment weiter ausbauen.

Wirkung und Schönheit in einem: NIVEA Deo Double Effect

Das innovative NIVEA Deo Double Effect wurde im April 2008 auf den Markt gebracht und bietet Verbraucherinnen eine Kombination aus Transpirant-Schutz und Schönheitspflege. Die mit Avocado-Extrakt angereicherte Formel macht Haut und Haare weicher und unterstützt so eine gründliche Rasur. Das Ergebnis: länger glatte Achseln.

Das innovative NIVEA Deo Double Effect soll die positive Entwicklung des Deo-Sortiments weiter voranbringen. Als zweitgrößte NIVEA-Kategorie nach NIVEA VISAGE erzielte NIVEA DEODORANT im Jahr 2007 einen Rekordumsatz.

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

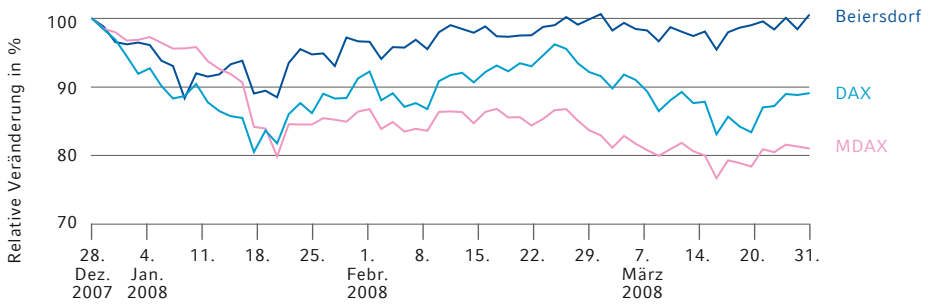
Die Beiersdorf Aktie

Die Märkte weltweit verfolgten im ersten Quartal mit Sorge die Entwicklung der US-Hypothekenkrise. Die Aufdeckung immer neuer Risiken im Finanzsektor ließ die Aktienkurse der Banken an den internationalen Börsen stark fallen; die Auswirkungen der Bankenkrise waren auf allen Märkten zu spüren. Die Aktienindizes verloren weltweit nahezu durchgängig an Boden – eine Folge der erheblichen Verunsicherung der Anleger. Gefragt blieben lediglich langfristig zuverlässige Aktientitel; gleichzeitig stieg der Preis für die Krisenanlage Gold auf die höchsten Werte seit Jahrzehnten. Belastend für viele Sektoren war zusätzlich der Anstieg der Ölpreise: Für einen Barrel der Sorte Brent wurden Ende Februar erstmals mehr als 100 US-$ verlangt. In Deutschland hatte hier allerdings der weiter steigende Wert des Euro gegenüber dem Dollar einen entlastenden Effekt, erschwerte andererseits aber die Entwicklung der deutschen Exportwirtschaft. In diesem schwierigen Umfeld kam im ersten Quartal an den deutschen Börsen die Emissionstätigkeit zeitweise fast zum Stillstand. Der DAX reflektierte in seinem Verlauf die erhöhte Risikoaversion der Anleger und schloss gegenüber dem Schlusskurs 2007 um mehr als 1.500 Punkte niedriger bei 6.534 Punkten.

Der europäische HPC-Index (Household and Personal Care) folgte in der Berichtssaison dem Verlauf der Märkte; vom DAX löste er sich lediglich in den ersten Wochen des Jahres, zeigte bis zum Ende des ersten Quartals kaum eigene Tendenzen und beendete den Dreimonatszeitraum mit leicht negativem Trend auf ähnlich niedrigem Niveau wie der deutsche Leitindex.

Die Beiersdorf Aktie konnte sich im volatilen Marktumfeld des ersten Quartals 2008 deutlich von den Indizes abkoppeln und zeigte einen stabilen Verlauf. Mitte Januar stellte der Vorstand auf einer Investorenkonferenz in New York die vorläufigen Zahlen des Geschäftsjahres 2007 vor. Die sehr gute Gewinnentwicklung und ein über den Wettbewerbern liegendes Umsatzwachstum wurden vom Kapitalmarkt sehr positiv aufgenommen und als Beleg für die erfolgreiche Umsetzung der Consumer Business Strategie gewertet. Die Bestätigung dieser Zahlen erfolgte am 28. Februar auf dem Finanzanalysten-Meeting in Hamburg, verbunden mit einem Ausblick auf das laufende Jahr 2008. Der Kurs unserer Aktie verlief in der Folge im März sehr fest und schloss am Quartalsende bei 53,29 Euro über dem Wert vom Jahresanfang.

Entwicklung der Beiersdorf Aktie von Januar – März 2008



Ertragslage Konzern

- Umsatzwachstum von 12,9 %
- EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) bei 12,9 %
- Ergebnis nach Steuern (ohne Sondereffekte) 20,0 % über Vorjahr

Der Konzernumsatz stieg im ersten Quartal bereinigt um Wechselkursveränderungen deutlich um 12,9 %. Zu diesem sehr guten Wachstum trugen der Unternehmensbereich Consumer mit einer Umsatzsteigerung von 13,9 % und tesa mit einer Steigerung von 7,3 % bei. Das Wachstum ohne die Einbeziehung unserer Ende 2007 getätigten Akquisitionen betrug 9,2 %. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 9,8 % auf 1.532 Mio. € (Vorjahr: 1.387 Mio. €).

Gewinn- und Verlustrechnung

(in Mio. €)	01.01.–31.03. 2007	01.01.–31.03. 2008	Entwicklung in %
Umsatzerlöse	**1.387**	**1.523**	**9,8**
Kosten der umgesetzten Leistungen	–434	–478	10,4
Brutto-Ergebnis vom Umsatz	**953**	**1.045**	**9,6**
Marketing- und Vertriebskosten	–657	–724	10,3
Forschungs- und Entwicklungskosten	–30	–34	12,2
Allgemeine Verwaltungskosten	–64	–71	10,1
Sonstiges betriebliches Ergebnis	–20	–21	4,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	**182**	**195**	**7,3**
Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	–10	2	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	**172**	**197**	**14,9**
Finanzergebnis	6	10	56,9
Ergebnis vor Steuern	**178**	**207**	**16,3**
Ertragsteuern	–66	–63	3,7
Ergebnis nach Steuern	**112**	**144**	**27,9**
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	**0,49**	**0,63**	**28,2**

Nach unserem Erwerb der chinesischen C-BONS Hair Care Gruppe Ende 2007 wurden die ersten Maßnahmen zur Ausweitung des Geschäfts eingeleitet. Dies beeinflusste das EBIT sowie damit auch die Entwicklung der EBIT-Umsatzrendite. Das betriebliche Ergebnis ohne Sondereffekte betrug 195 Mio. € (Vorjahr: 182 Mio. €), die entsprechende EBIT-Umsatzrendite lag bei 12,9 % (Vorjahr: 13,1 %).

Im ersten Quartal übertrafen die Erlöse aus Verkäufen von Produktions- und Logistikstandorten im Zusammenhang mit der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain die angefallenen Aufwendungen. Somit wurde ein Ertrag von 2 Mio. € (Vorjahr: Aufwand 10 Mio. €) erzielt.

Das Finanzergebnis lag bei 10 Mio. € (Vorjahr: 6 Mio. €).

Das Ergebnis nach Steuern lag bei 144 Mio. € (Vorjahr: 112 Mio. €). Ohne Sondereffekte stieg das Ergebnis nach Steuern um 20,0 % und erreichte 143 Mio. € (Vorjahr: 118 Mio. €), die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern betrug 9,4 % (Vorjahr: 8,6 %).

Das Ergebnis je Aktie, bezogen auf 226.818.984 Stück, erhöhte sich auf 0,63 € (Vorjahr: 0,49 €). Auch ohne Sondereffekte lag das Ergebnis je Aktie bei 0,63 € (Vorjahr: 0,52 €).

Ertragslage Unternehmensbereiche

Consumer

- Unternehmensbereich Consumer 13,9 % über Vorjahr
- EBIT-Umsatzrendite Consumer (ohne Sondereffekte) bei 13,2 %

Consumer (Jan. – März) (in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	**Gesamt**
Umsatz 2008	909	174	216	1.299
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	8,4 %	14,0 %	42,8 %	13,9 %
Entwicklung (organisch)*	6,7 %	14,0 %	20,8 %	9,7 %
Entwicklung (nominal)	7,6 %	4,3 %	33,1 %	10,7 %
EBIT 2008**	157	3	11	171
EBIT-Umsatzrendite 2008**	17,3 %	2,0 %	5,1 %	13,2 %
EBIT 2007**	144	4	11	159
EBIT-Umsatzrendite 2007**	17,1 %	2,7 %	6,6 %	13,6 %

*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).

Der Umsatz stieg im ersten Quartal deutlich um 13,9 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Kursen erreichte der Unternehmensbereich Consumer eine Umsatzsteigerung von 10,7 % auf 1.299 Mio. € (Vorjahr: 1.174 Mio. €). Ohne Berücksichtigung der Ende 2007 getätigten Akquisitionen der C-BONS Hair Care Gruppe in China und der Aufstockung des Anteils an der Beiersdorf AG (Schweiz) auf 100 % lag das Umsatzwachstum bei 9,7 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen).

Der NIVEA-Umsatz weltweit stieg um 12,4 %. Diese positive Entwicklung war besonders geprägt durch starke Umsatzsteigerungen bei NIVEA DEODORANT, NIVEA FOR MEN, NIVEA body und NIVEA Bath Care sowie durch die Fortsetzung unseres Erfolgs mit dem Relaunch von NIVEA Hair Care. Der Umsatz mit unserer Marke la prairie erreichte erneut ein überproportionales Wachstum, Eucerin wuchs um 5,0 %.

Die EBIT-Entwicklung wurde durch den Beginn der erweiterten Marketinginvestitionen unseres Ende 2007 erworbenen chinesischen Unternehmens C-BONS Hair Care beeinflusst. Das EBIT stieg auf 171 Mio. € (Vorjahr: 159 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite erreichte 13,2 % (Vorjahr: 13,6 %). Die EBIT-Umsatzrendite ohne die Effekte aus den Akquisitionen betrug 13,6 %.

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG EUROPA

(Jan. – März) (in Mio. €)	Deutschland	Westeuropa (ohne Deutschland)	Osteuropa	**Gesamt**
Umsatz 2008	233	506	170	909
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	–2,8 %	9,9 %	22,6 %	8,4 %
Entwicklung (nominal)	–2,8 %	8,9 %	21,1 %	7,6 %

Der Consumer Umsatz in der Region **Europa** lag um 8,4 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) über dem Vorjahreswert. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 7,6 % auf 909 Mio. € (Vorjahr: 844 Mio. €).

Der Umsatz in **Deutschland** lag um 2,8 % unter dem Vorjahr. Im Gesichtspflegemarkt ergaben sich im März geringere Verkäufe der bestehenden Produktversionen in den Handel als Vorbereitung für den großen Neuauftritt von NIVEA VISAGE im April. Positiv hat sich der Neuauftritt unserer Pflastermarke Hansaplast ausgewirkt. Auch NIVEA Hair Care zeigte eine gute Umsatzentwicklung. Dagegen blieben Eucerin und NIVEA body unter den Vorjahreswerten.

In **Westeuropa** stiegen die Umsätze deutlich um 9,9 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Besonders hohe Wachstumsraten wurden in der Belgien/Niederlande-Gruppe (+18,8 %), in Griechenland (+14,0 %), in der La Prairie Gruppe (+12,4 %) und in Italien (+10,4 %) erzielt. Ohne den neu hinzuerworbenen Umsatzanteil in der Schweiz betrug das Wachstum 6,9 %. Einen wesentlichen Anteil am Umsatzwachstum hatten unsere Marken NIVEA Hair Care, NIVEA Bath Care und NIVEA FOR MEN. la prairie und Eucerin erreichten erneut zweistellige Wachstumsraten.

Osteuropa erzielte mit einem Plus von 22,6 % weiterhin ein sehr starkes Wachstum. Dazu trugen die Russland/Ukraine-Gruppe (+34,7 %) und Polen (+10,7 %), aber auch fast alle anderen osteuropäischen Märkte bei.

Sowohl in Russland als auch in Polen entwickelten sich NIVEA FOR MEN, NIVEA VISAGE und NIVEA Hair Care besonders gut.

Das Consumer EBIT in Europa (ohne Sondereffekte) erhöhte sich auf 157 Mio. € (Vorjahr: 144 Mio. €). Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite lag bei 17,3 % (Vorjahr: 17,1 %).

Consumer Umsatzentwicklung Amerika (Jan. – März) (in Mio. €)	Nordamerika	Lateinamerika	**Gesamt**
Umsatz 2008	80	94	174
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	–0,4 %	31,1 %	14,0 %
Entwicklung (nominal)	–12,6 %	25,0 %	4,3 %

In der Region **Amerika** stieg der Umsatz um 14,0 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 174 Mio. € um 4,3 % über dem Vorjahreswert (167 Mio. €).

Der Umsatz in **Nordamerika** lag um 0,4 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) unter dem des Vorjahreszeitraums. Die Fokuskategorien NIVEA body, NIVEA FOR MEN und la prairie entwickelten sich deutlich zweistellig. Allerdings konnte dies die Umsatzverluste aus der Einstellung von NIVEA VISAGE und des 2007 verkauften Pflastergeschäfts nur kompensieren. Unsere Marke Eucerin erreichte das sehr gute Umsatzniveau des Vorjahrs.

In **Lateinamerika** stiegen die Umsätze um 31,1 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). In allen großen Märkten wurden zweistellige Wachstumsraten erzielt. Neben den wichtigen Märkten Mexiko (+26,0 %) und Brasilien (+28,9 %) trugen besonders Venezuela (+67,2 %) und Argentinien (+50,1 %) zu diesem starken Wachstum bei. In dieser Schwerpunktregion entwickelten sich insbesondere NIVEA DEODORANT, NIVEA body und NIVEA SUN sehr gut.

Das Consumer EBIT in Amerika lag bei 3 Mio. € (Vorjahr: 4 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite betrug 2,0 % (Vorjahr: 2,7 %).

Consumer Umsatzentwicklung Afrika/Asien/Australien (Jan. – März) (in Mio. €)	**Afrika/Asien/Australien**
Umsatz 2008	216
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	42,8 %
Entwicklung (nominal)	33,1 %

Die Region **Afrika/Asien/Australien** erreichte ein Wachstum von 42,8 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Der Umsatz zu aktuellen Wechselkursen betrug 216 Mio. € und lag damit um 33,1 % über dem Vorjahr (163 Mio. €). Die erstmalige Berücksichtigung des Umsatzes von C-BONS Hair Care trug 22 Prozentpunkte zu diesem Wachstum bei. Unsere bereits in China bestehende Gesellschaft steigerte den Umsatz um 46,7 %. Besonders gut entwickelten sich dort NIVEA FOR MEN, NIVEA VISAGE und NIVEA body. Das starke Wachstum unserer Gesellschaft im Mittleren Osten (+47,4 %) wurde vor allem von NIVEA DEODORANT, NIVEA body und NIVEA VISAGE getragen. In Japan lag der Umsatz leicht unter dem Vorjahresniveau. Der Zuwachs bei NIVEA FOR MEN konnte die Umsatzrückgänge von NIVEA body und NIVEA SUN nicht ganz ausgleichen.

Die EBIT-Entwicklung in dieser Region ist durch den Beginn der erweiterten Marketinginvestitionen von C-BONS Hair Care beeinflusst. Das EBIT betrug 11 Mio. € (Vorjahr: 11 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 5,1 % (Vorjahr: 6,6 %).

tesa

- Unternehmensbereich tesa wächst um 7,3 %
- EBIT-Umsatzrendite tesa steigt auf 10,8 %

tesa (Jan. – März) (in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	**Gesamt**
Umsatz 2008	169	22	33	224
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	4,1 %	17,6 %	17,9 %	7,3 %
Entwicklung (organisch)	4,1 %	17,6 %	17,9 %	7,3 %
Entwicklung (nominal)	4,0 %	6,8 %	10,4 %	5,2 %
EBIT 2008	18	1	5	24
EBIT-Umsatzrendite 2008	10,6 %	3,4 %	16,8 %	10,8 %
EBIT 2007	18	2	3	23
EBIT-Umsatzrendite 2007	11,1 %	6,7 %	10,8 %	10,7 %

Der tesa-Umsatz lag um 7,3 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) über dem Vorjahresumsatz. Zu aktuellen Kursen erreichte tesa einen Umsatz von 224 Mio. € und wuchs damit um 5,2 % im Vergleich zum Vorjahr.

Im ersten Quartal 2008 setzte sich die positive Entwicklung des Vorjahrs fort, sowohl im Industrie- als auch im Endverbrauchergeschäft. Im Industriebereich wurden die größten Zuwachsraten im Direktgeschäft mit Kunden aus der Elektro- und Elektronikindustrie und mit Lösungen für die Automobilindustrie erreicht.

Alle Regionen des Unternehmensbereichs tesa entwickelten sich positiv. Insbesondere Osteuropa (+17,1 %), Lateinamerika (+29,0 %) und die Region Afrika/Asien/Australien (+17,9 %) konnten zweistellige Wachstumsraten (bereinigt um Wechselkursveränderugen) erzielen.

Das EBIT lag bei 24 Mio. € (Vorjahr: 23 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 10,8 % (Vorjahr: 10,7 %).

Vermögenslage Konzern

Bilanz

Aktiva (in Mio. €)	**31.12.2007**	**31.03.2007**	**31.03.2008**
Langfristige Vermögenswerte	1.081	810	1.075
Vorräte	598	613	665
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.088	1.041	1.235
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.117	1.217	1.227
	3.884	**3.681**	**4.202**

Passiva (in Mio. €)	**31.12.2007**	**31.03.2007**	**31.03.2008**
Eigenkapital	2.070	1.898	2.192
Langfristiges Fremdkapital	561	543	555
Kurzfristiges Fremdkapital	1.253	1.240	1.455
	3.884	**3.681**	**4.202**

Die langfristigen Vermögenswerte lagen deutlich über den Vergleichswerten des Vorjahrs. Ursächlich hierfür waren hauptsächlich unsere Ende 2007 getätigten Akquisitionen, im Wesentlichen die Bilanzierung von Markenrechten (142 Mio. €) und Geschäfts- oder Firmenwerten (181 Mio. €). Die Investitionen (ohne Finanzanlagen) im ersten Quartal 2008 lagen bei 25 Mio. € (Vorjahr: 25 Mio. €). Davon entfielen auf den Geschäftsbereich Consumer 20 Mio. € (Vorjahr: 21 Mio. €) und auf tesa 5 Mio. € (Vorjahr: 4 Mio. €). Die Vorräte stiegen saisonbedingt auf 665 Mio. €. Die gute Umsatzentwicklung führte zu höheren Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Dadurch stiegen die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte auf 1.235 Mio. €. Das langfristige Fremdkapital veränderte sich seit Jahresende nur unwesentlich. Ursächlich für den Anstieg des kurzfristigen Fremdkapitals war die operativ bedingte Erhöhung der kurzfristigen Rückstellungen sowie höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

Finanzierungsstruktur

Finanzlage Konzern

KAPITALFLUSSRECHNUNG

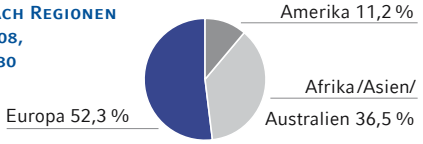
(in Mio. €)	01.01.–31.03.2007	01.01.–31.03.2008
Brutto-Cashflow	134	170
Mittelveränderung Nettoumlaufvermögen	–113	–43
Mittelveränderung aus operativer Geschäftstätigkeit	21	127
Mittelveränderung aus investiver Tätigkeit	–7	–1
Free-Cashflow	14	126
Mittelveränderung aus Finanzierungstätigkeit	–26	–9
Wechselkurs- und sonstige Veränderungen	–1	–7
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	–13	110
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	**1.230**	**1.117**
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.03.	**1.217**	**1.227**

Der Brutto-Cashflow erreichte 170 Mio. €. Der Mittelabfluss aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens lag bei 43 Mio. €. Dem Anstieg der Forderungen um 162 Mio. € und Vorräte um 66 Mio. € stand der Anstieg der Verbindlichkeiten um 185 Mio. € gegenüber. Insgesamt betrug der Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit 127 Mio. €. Der Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit lag bei 1 Mio. €. Den Ausgaben für Investitionen von 25 Mio. € standen Zinseinahmen und sonstige Zuflüsse von 24 Mio. € gegenüber. Der Free-Cashflow betrug 126 Mio. €. Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von 9 Mio. € resultiert im Wesentlichen aus Zinszahlungen und sonstigen Finanzaufwendungen. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente lagen bei 1.227 Mio. €.

Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2007 um 629 auf 21.730. Zum 31. März 2008 waren 17.835 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.895 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.

MITARBEITER NACH REGIONEN AM 31. MÄRZ 2008, INSGESAMT 21.730



Sonstige Angaben

Fortsetzung der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain in Deutschland

Im Februar haben Beiersdorf und Kühne + Nagel, ein führender globaler Anbieter von Logistikdienstleistungen, einen Vertrag geschlossen, durch den der Betrieb des Logistik-Standorts in Hamburg ab Juni 2008 an Kühne + Nagel übertragen wird. Kühne + Nagel übernimmt die lokale Organisation des Zentrallagers und die Abwicklung der Exporte an die ausländischen Tochtergesellschaften. Den Mitarbeitern des Logistikstandorts wurden neue Arbeitsplätze bei Beiersdorf angeboten.

Zur gleichen Zeit wurde ein Vertrag unterzeichnet, mit dem die Grundstücke und Gebäude verkauft wurden. Mit Wirkung zum 1. April 2008 hat AMB Property das Werksgelände der Beiersdorf AG in Hamburg-Hausbruch übernommen, zu dem auch das Beiersdorf Logistikzentrum gehört. AMB Property ist ein auf die Entwicklung von Logistik- und Industrieimmobilien spezialisiertes Real-Estate-Unternehmen mit globalem Anlageportfolio. Das Unternehmen besitzt bereits verschiedene andere Immobilien in Hamburg.

Verkauf des Logistikstandorts in Belgien

Der Logistikstandort in Brüssel (Belgien), der zum Verkauf bestimmt war, wurde im Februar 2008 erfolgreich an SA Fortis Real Estate Group Asset Management (FREGAM) veräußert.

Chancen und Risiken

In Bezug auf Chancen und Risiken verweisen wir auf unseren Risikobericht im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2007. Wesentliche Änderungen der Chancen und Risiken ergaben sich im ersten Quartal nicht.

Ausblick 2008

Wirtschaftliche Rahmenfaktoren

Wir sehen die Konjunkturerwartungen für das Jahr 2008 weiterhin durch die anhaltenden Finanzmarktunsicherheiten sowie die US-Konjunktursorgen 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.

Für den Rohstoff- und Beschaffungsmarkt erwarten wir im weiteren Verlauf des Jahres eine steigende Tendenz bei den Rohstoffpreisen.

Geschäftsentwicklung

Nach dem gelungenen Start 2008 soll der Gesamtkonzern 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.

Bei der Beurteilung der finanziellen Auswirkungen der Sondereffekte im Zusammenhang mit der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain haben sich neue Sachverhalte ergeben, die zu einer Änderung in der Einschätzung der Gesamtkosten geführt haben. Ursächlich hierfür sind erfolgreich abgeschlossene Verkäufe von Immobilien verschiedener Produktions- und Logistikstandorte. Gleichzeitig wurden im Zusammenhang mit dem planmäßigen Projektfortschritt die Kosten der noch ausstehenden Einzelmaßnahmen überprüft und die Schätzungen angepasst. Für 2008 erwarten wir jetzt einen Ertrag in Höhe von etwa 15 Mio. €. In unserem Geschäftsbericht 2007 sind wir im Ausblick für 2008 noch von ausstehenden Aufwendungen in Höhe von 30 Mio. € ausgegangen. Die Gesamtbelastung durch die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain verringert sich insgesamt auf unter 200 Mio. €. Wir gehen weiterhin davon aus, dass die noch ausstehenden außerordentlichen finanziellen Auswirkungen im Wesentlichen 2008 entstehen, lediglich geringe Aufwendungen können noch in der ersten Jahreshälfte 2009 anfallen. Unverändert sollen ab 2009 die Kostenvorteile in voller Höhe bei 100 Mio. € pro Jahr liegen.

Für den Unternehmensbereich **Consumer** erwarten wir nach dem guten Start 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. €)		01.01.–31.03. 2008	Entwicklung in %
Umsatzerlöse	**1.387**	**1.523**	**9,8**
Kosten der umgesetzten Leistungen	–434	–478	10,4
Brutto-Ergebnis vom Umsatz	**953**	**1.045**	**9,6**
Marketing- und Vertriebskosten	–657	–724	10,3
Forschungs- und Entwicklungskosten	–30	–34	12,2
Allgemeine Verwaltungskosten	–64	–71	10,1
Sonstiges betriebliches Ergebnis	–20	–21	4,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	**182**	**195**	**7,3**
Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	–10	2	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	**172**	**197**	**14,9**
Finanzergebnis	6	10	56,9
Ergebnis vor Steuern	**178**	**207**	**16,3**
Ertragsteuern	–66	–63	3,7
Ergebnis nach Steuern	**112**	**144**	**27,9**
Ergebnis der Anteilseigner	111	143	28,2
Ergebnis anderer Gesellschafter	1	1	–2,0
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	**0,49**	**0,63**	**28,2**

Bilanz

Aktiva (in Mio. €)	31.12.2007	31.03.2007	31.03.2008
Immaterielle Vermögenswerte	350	30	346
Sachanlagen	687	735	682
Sonstige langfristige Vermögenswerte	10	11	9
Latente Steueransprüche	34	34	38
Langfristige Vermögenswerte	**1.081**	**810**	**1.075**
Vorräte	598	613	665
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	823	878	955
Ertragsteuerforderungen	38	24	27
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	170	136	201
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.117	1.217	1.227
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen	57	3	52
Kurzfristige Vermögenswerte	**2.803**	**2.871**	**3.127**
	3.884	**3.681**	**4.202**

Passiva (in Mio. €)	31.12.2007	31.03.2007	31.03.2008
Anteile der Anteilseigner der Beiersdorf AG	2.061	1.891	2.187
Anteile anderer Gesellschafter	9	7	5
Eigenkapital	**2.070**	**1.898**	**2.192**
Langfristige Rückstellungen	407	414	397
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1	7	1
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	58	10	56
Latente Steuerverbindlichkeiten	95	112	101
Langfristiges Fremdkapital	**561**	**543**	**555**
Kurzfristige Rückstellungen	505	575	606
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	529	475	550
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	82	48	83
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	137	142	216
Kurzfristiges Fremdkapital	**1.253**	**1.240**	**1.455**
	3.884	**3.681**	**4.202**

Kapitalflussrechnung

(in Mio. €)	01.01.–31.03.2007	01.01.–31.03.2008
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	**172**	**197**
Gezahlte Ertragsteuern	–58	–39
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen	27	25
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)	–6	–8
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen	–1	–5
Brutto-Cashflow	**134**	**170**
Veränderung der Vorräte	–65	–66
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	–139	–162
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen	91	185
Mittelveränderung aus operativer Geschäftstätigkeit	**21**	**127**
Auszahlungen für Investitionen	–25	–25
Einzahlungen aus Desinvestitionen	3	12
Zins-, Dividenden- und sonstige Finanzeinnahmen	15	12
Mittelveränderung aus investiver Tätigkeit	**–7**	**–1**
Free-Cashflow	**14**	**126**
Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten	47	83
Auszahlungen aus der Tilgung von Krediten	–61	–82
Zins- und sonstige Finanzausgaben	–12	–10
Mittelveränderung aus Finanzierungstätigkeit	**–26**	**–9**
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	–1	–7
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	**–13**	**110**
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	**1.230**	**1.117**
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.03.	**1.217**	**1.227**

Eigenkapitalentwicklung Januar – März 2008

(in Mio. €)	Gezeichnetes Kapital	Kapital-rücklage	Gewinn-rücklagen*	Unterschied aus Währungs-umrechnung	Finanz-instrumente	Anteile anderer Gesellschafter	**Gesamt**
01.01.2008	**252**	**47**	**1.879**	**–123**	**6**	**9**	**2.070**
Netto-Ergebnis aus Cashflow Hedges	-	-	-	-	4	-	4
Wechselkursveränderungen	-	-	-	–20	-	-	–20
Übrige Veränderungen	-	-	–1	-	-	–5	–6
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	-	-	*–1*	*–20*	*4*	*–5*	*–22*
Ergebnis nach Steuern	-	-	*143*	-	-	*1*	*144*
Gesamtergebnis der Periode	-	-	*142*	*–20*	*4*	*–4*	*122*
31.03.2008	**252**	**47**	**2.021**	**–143**	**10**	**5**	**2.192**

Januar – März 2007

01.01.2007	**252**	**47**	**1.587**	**–93**	**–12**	**9**	**1.790**
Netto-Ergebnis aus Cashflow Hedges	-	-	-	-	1	-	1
Wechselkursveränderungen	-	-	-	–2	-	-	–2
Übrige Veränderungen	-	-	-	-	-	–3	–3
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	-	-	-	*–2*	*1*	*–3*	*–4*
Ergebnis nach Steuern	-	-	*111*	-	-	*1*	*112*
Gesamtergebnis der Periode	-	-	*111*	*–2*	*1*	*–2*	*108*
31.03.2007	**252**	**47**	**1.698**	**–95**	**–11**	**7**	**1.898**

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

Aufstellung aller erfassten Erträge und Aufwendungen

(in Mio. €)	**01.01.–31.03.2007**	**01.01.–31.03.2008**
Netto-Ergebnis aus Cashflow Hedges	1	4
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	–2	–20
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	-	-
Übrige direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen	–3	–6
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	**–4**	**–22**
Ergebnis nach Steuern	**112**	**144**
Summe der erfassten Erträge und Aufwendungen	**108**	**122**
Davon entfallen auf		
– Anteilseigner der Beiersdorf AG	106	118
– andere Gesellschafter	2	4

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 31. März 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 Zwischenabschluss 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 nahe stehenden Unternehmen und Personen

Bezüglich der Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007. Es haben sich bis zum 31. März 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 AktG wurde Ende Dezember 2007 abgegeben und ist auf unserer 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.

Hamburg, im Mai 2008

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Finanzkalender

5. August 2008	Zwischenbericht Januar bis Juni 2008
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