

Zwischenbericht

Januar–Juni 2011

Positive Impulse durch globale NIVEA-Offensive



Inhalt

- 03 Geschäftsentwicklung im Überblick
- 04 Segmente im Überblick
- 05 Die Beiersdorf Aktie

Zwischenlagebericht Konzern

- 06 Ertragslage Konzern
- 08 Ertragslage Unternehmensbereiche
- 12 Vermögenslage Konzern
- 13 Finanzlage Konzern, Mitarbeiter
- 14 Sonstige Angaben, Chancen und Risiken
- 15 Ausblick 2011

Zwischenabschluss Konzern

- 16 Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung
- 17 Bilanz
- 18 Kapitalflussrechnung
- 19 Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 20 Ausgewählte Anhangangaben
- 21 Versicherung des Vorstands
- 22 Finanzkalender
- 23 Impressum

Höhepunkte im zweiten Quartal



Veränderung in der Vorstandsfunktion Brands & Supply Chain

Ralph Gusko, 50, übernahm zum 1. Juli die Vorstandsfunktion Brands & Supply Chain. Seit über 22 Jahren arbeitet er bei Beiersdorf in Bereichen der zentralen Markenführung sowie als Geschäftsführer in Asien und Nordeuropa. Sein Vorgänger Markus Pinger hat das Unternehmen Ende Juni auf eigenen Wunsch verlassen.



Jubiläumsfahrt zum 100. Geburtstag von NIVEA: Die „Skin Journey“

Zur gebührenden Feier von 100 Jahren NIVEA fand am 9./10. Mai die „Skin Journey“ auf dem NIVEA-„Wohlfühl-Schiff“ statt. 900 Konsumenten und Journalisten aus aller Welt kamen in Hamburg zusammen. Zahlreiche Multimedia-Ausstellungen, Vorträge und interaktive Mitmach- und Wellness-Angebote boten den Gästen die einmalige Möglichkeit, NIVEA hautnah zu erleben.



NIVEA startet weltweite Digital-Kampagne „Hautpflege fürs Leben“

Im Rahmen der weltweiten NIVEA-Kampagne wird ein digitales und interaktives Markenerlebnis für die Konsumenten geschaffen. Etablierte Markenbestandteile wie die NIVEA-Cremedose und klassische Elemente der „Hautpflege fürs Leben“-Kampagne werden neben Weltstar Rihanna die aufmerksamkeitsstarken digitalen Aktivitäten stützen. Beiersdorf hat Sängerin Rihanna mit ihrem Lied „California King Bed“ als Stimme für die Jubiläumskampagne verpflichtet.



NIVEA FOR MEN Kampagne mit Jogi Löw geht in die Verlängerung

Am 2. Mai startete die erfolgreiche NIVEA FOR MEN Kampagne aus dem Weltmeisterschaftsjahr 2010 zum zweiten Mal mit Fußball-Bundestrainer Joachim Löw. Parallel zum TV-Spot findet eine umfangreiche deutschlandweite Verbraucheraktion im Handel statt. Die zukünftige Zusammenarbeit soll die Nummer-1-Position von NIVEA FOR MEN auch in Zukunft weiter stärken und ausbauen.

Zum Titel

Positive Impulse durch globale NIVEA-Offensive

Mit der Zukunftsoffensive zum 100. Geburtstag von NIVEA hat Beiersdorf im zweiten Quartal positive Impulse im Handel und bei den Konsumenten gegeben. Die NIVEA-Kampagne wird im Jahr 2011 international in vielen Ländern öffentlichkeitswirksam umgesetzt. Der Titel zeigt die russische Kampagne, die auf großformatigen Postern in Moskau die Innenstadt schmückte.

Geschäftsentwicklung im Überblick

Positive Impulse durch globale NIVEA-Offensive

- » Umsatzentwicklung im Konzern bei +2,6 %
- » Consumer-Geschäft wächst um 1,3 %
- » tesa weiterhin mit starkem Wachstum (+9,8 %)
- » Konzernergebnis nach Steuern bei 258 Mio. €

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2011

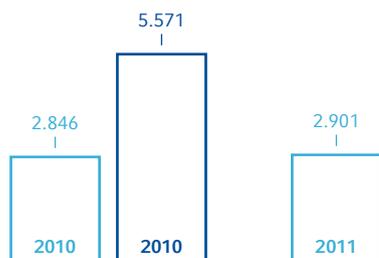
- » Umsatz im Bereich Consumer auf Höhe des Vorjahres
- » Consumer EBIT Umsatzrendite bei 10 bis 11 %
- » Umsatzwachstum tesa leicht über Markt
- » tesa EBIT Umsatzrendite deutlich über 11 %

Beiersdorf auf einen Blick*

		01.01.–30.06.2010	01.01.–30.06.2011
Umsatz Konzern	(in Mio. €)	2.846	2.901
Veränderung zum Vorjahr (organisch)	(in %)	4,5	2,6
Umsatz Consumer	(in Mio. €)	2.417	2.431
Veränderung zum Vorjahr (organisch)	(in %)	2,6	1,3
Umsatz tesa	(in Mio. €)	429	470
Veränderung zum Vorjahr (organisch)	(in %)	18,8	9,8
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	(in Mio. €)	385	350
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	(in Mio. €)	385	349
Ergebnis nach Steuern	(in Mio. €)	249	258
Umsatzrendite nach Steuern	(in %)	8,7	8,9
Ergebnis je Aktie	(in €)	1,08	1,12
Brutto-Cashflow	(in Mio. €)	309	264
Investitionen	(in Mio. €)	39	34
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	(in Mio. €)	74	79
Mitarbeiter	(Anzahl am 30.06.)	21.695	17.897

*Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

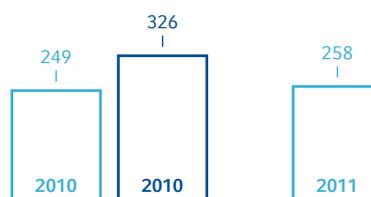
Umsatz Konzern (in Mio. €)



Wachstum (organisch) in %
4,5 3,1 2,6

01.01.–30.06. Gesamtjahr

Ergebnis nach Steuern (in Mio. €)



Umsatzrendite nach Steuern in %
8,8 5,9 8,9

01.01.–30.06. Gesamtjahr

Segmente im Überblick

Geschäftsentwicklung nach Unternehmensbereichen*

Umsatz (in Mio. €)	01.04.–30.06.2010		01.04.–30.06.2011		01.01.–30.06.2010		01.01.–30.06.2011		Veränderung in %	
		Anteil in %	nominal	organisch						
Consumer	1.244	85,0	1.259	84,2	2.417	84,9	2.431	83,8	0,6	1,3
tesa	220	15,0	236	15,8	429	15,1	470	16,2	9,5	9,8
Gesamt	1.464	100,0	1.495	100,0	2.846	100,0	2.901	100,0	1,9	2,6
EBITDA (in Mio. €)	01.04.–30.06.2010		01.04.–30.06.2011		01.01.–30.06.2010		01.01.–30.06.2011		Veränderung in %	
		in % vom Umsatz	nominal							
Consumer	190	15,4	182	14,4	375	15,5	337	13,9	-10,4	
tesa	40	18,1	34	14,5	71	16,5	70	14,8	-1,9	
Gesamt	230	15,8	216	14,4	446	15,7	407	14,0	-9,1	
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sonder-effekte)** (in Mio. €)	01.04.–30.06.2010		01.04.–30.06.2011		01.01.–30.06.2010		01.01.–30.06.2011		Veränderung in %	
		in % vom Umsatz	nominal							
Consumer	166	13,4	156	12,4	327	13,5	294	12,1	-10,3	
tesa	33	15,2	27	11,6	58	13,6	56	11,9	-4,0	
Gesamt	199	13,6	183	12,3	385	13,5	350	12,0	-9,4	
Brutto-Cashflow (in Mio. €)	01.04.–30.06.2010		01.04.–30.06.2011		01.01.–30.06.2010		01.01.–30.06.2011		Veränderung in %	
		in % vom Umsatz	nominal							
Consumer	146	11,7	116	9,2	253	10,5	213	8,7	-15,9	
tesa	31	14,3	25	10,8	56	13,0	51	10,9	-8,0	
Gesamt	177	12,1	141	9,4	309	10,9	264	9,1	-14,5	

Geschäftsentwicklung nach Regionen

Umsatz (in Mio. €)	01.04.–30.06.2010		01.04.–30.06.2011		01.01.–30.06.2010		01.01.–30.06.2011		Veränderung in %	
		Anteil in %	nominal	organisch						
Europa	930	63,5	965	64,5	1.833	64,4	1.846	63,6	0,7	0,4
Amerika	220	15,0	233	15,6	426	15,0	462	15,9	8,4	12,8
Afrika/Asien/Australien	314	21,5	297	19,9	587	20,6	593	20,5	1,0	1,8
Gesamt	1.464	100,0	1.495	100,0	2.846	100,0	2.901	100,0	1,9	2,6
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sonder-effekte)** (in Mio. €)	01.04.–30.06.2010		01.04.–30.06.2011		01.01.–30.06.2010		01.01.–30.06.2011		Veränderung in %	
		in % vom Umsatz	nominal							
Europa	167	18,0	163	16,9	325	15,2	300	16,2	-7,9	
Amerika	13	6,0	14	5,8	32	7,6	35	7,5	6,3	
Afrika/Asien/Australien	19	6,1	6	2,4	28	4,9	15	2,7	-44,6	
Gesamt	199	13,6	183	12,3	385	13,5	350	12,0	-9,4	

* Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

** Für Details zu den Sondereffekten siehe Seite 7.

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

Die Beiersdorf Aktie

Der Kurs der Beiersdorf Aktie war im zweiten Quartal 2011 geprägt durch einen insgesamt stabilen Verlauf. Im Vorfeld der Veröffentlichung der Zahlen des ersten Quartals am 5. Mai tendierte unsere Aktie zunächst schwächer, denn die Erwartungen des Marktes an den Geschäftsverlauf waren nach der Ankündigung des umfangreichen Maßnahmen- und Investitionspakets im Dezember des Vorjahres gedämpft. Die Veröffentlichung der Zahlen und die Erläuterungen des Managements zur strategischen Neuausrichtung wurden allerdings gut aufgenommen und hatten eine nachhaltig stützende Wirkung auf den Kursverlauf.

Die Neuausrichtung des Markenauftritts von NIVEA sowie die organisatorischen Veränderungen im Vorstand standen auch im Mittelpunkt zahlreicher Gespräche mit Investoren auf mehreren internationalen Konferenzen sowie in der Unternehmenszentrale in Hamburg. Informationsbedarf bestand vor allem hinsichtlich der gegenwärtigen strategischen Übergangsphase und bezüglich der weiteren Entwicklung des aktuellen Geschäftsjahres.

Der Kurs unserer Aktie näherte sich im Juni auf indizierter Basis dem Verlauf des DAX an und schloss am 30. Juni bei 44,75 €.

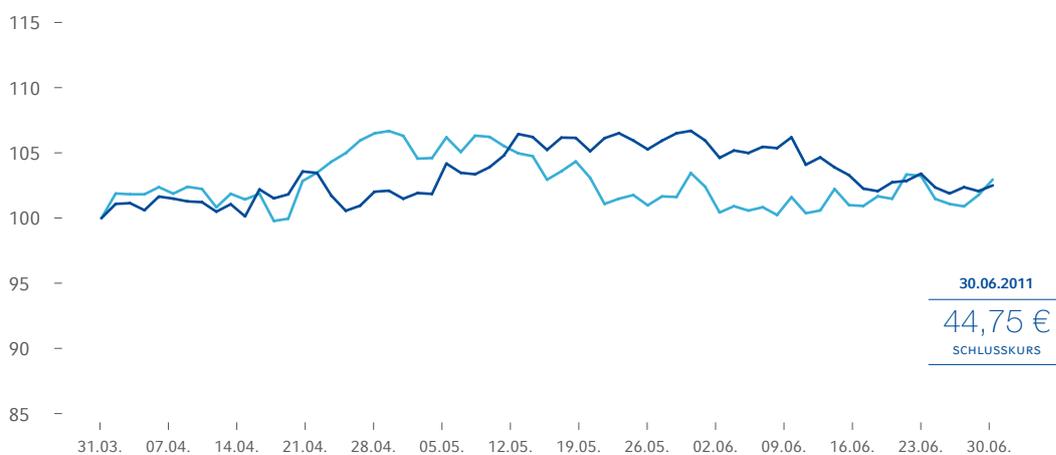


Beiersdorf.de/
IR

Entwicklung der Beiersdorf Aktie im Zeitraum April – Juni 2011

Relative Veränderung in %

Beiersdorf DAX



Zwischenlagebericht Konzern

Ertragslage Konzern

- » Umsatzentwicklung Konzern bei +2,6 %
- » EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) bei 12,0 %
- » Ergebnis nach Steuern erhöht sich auf 258 Mio. €

Der Konzernumsatz liegt im ersten Halbjahr um 2,6 % über dem Vorjahr. Der Unternehmensbereich Consumer zeigte ein organisches Wachstum von 1,3 %. tesa erzielte einen organischen Umsatzzanstieg von 9,8 %. Zu aktuellen Wechselkursen lag der Konzernumsatz um 1,9 % über Vorjahr und betrug 2.901 Mio. € (Vorjahr: 2.846 Mio. €).

Gewinn- und Verlustrechnung (in Mio. €)*

	01.01.–30.06.2010	01.01.–30.06.2011	Entwicklung in %
Umsatzerlöse	2.846	2.901	1,9
Kosten der umgesetzten Leistungen	-1.015	-1.056	4,1
Brutto-Ergebnis vom Umsatz	1.831	1.845	0,7
Marketing- und Vertriebskosten	-1.185	-1.250	5,4
Forschungs- und Entwicklungskosten	-74	-79	8,1
Allgemeine Verwaltungskosten	-140	-149	6,0
Sonstiges betriebliches Ergebnis (ohne Sondereffekte)	-47	-17	-63,2
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	385	350	-9,4
Sondereffekte	-	-1	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	385	349	-9,6
Finanzergebnis	-12	15	-
Ergebnis vor Steuern	373	364	-2,5
Ertragsteuern	-124	-106	-15,1
Ergebnis nach Steuern	249	258	3,9
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	1,08	1,12	3,5

* Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

Das betriebliche Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte) verringerte sich auf 350 Mio. € (Vorjahr: 385 Mio. €). Dies entspricht einer EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) von 12,0 % (Vorjahr: 13,5 %).

Bei den Sondereffekten in Höhe von –1 Mio. € werden die Aufwendungen im Rahmen der Sortimentsstraffung durch Erträge im Wesentlichen aus dem Verkauf der Marken Juvena und Marlies Möller kompensiert.

Überleitung auf EBIT ohne Sondereffekte

01.01.–30.06.

	in Mio. €	in % vom Umsatz
Konzern		
Betriebliches Ergebnis (EBIT) 2011	349	12,0
Sondereffekte im sonstigen betrieblichen Ergebnis	1	–
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte) 2011	350	12,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT) 2010	385	13,5
Consumer		
Betriebliches Ergebnis (EBIT) 2011	293	12,0
Sondereffekte im sonstigen betrieblichen Ergebnis	1	–
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte) 2011	294	12,1
Betriebliches Ergebnis (EBIT) 2010	327	13,5

Die Beurteilung der operativen Ertragslage des Beiersdorf Konzerns erfolgt anhand des betrieblichen Ergebnisses (EBIT) ohne Sondereffekte. Diese Kennzahl ist nicht Bestandteil der IFRS und nur als freiwillige Zusatzinformation zu betrachten. Die Sondereffekte sind einmalige, nicht operative Geschäftsvorfälle im Rahmen des Investitions- und Maßnahmenpakets, die ausschließlich den Unternehmensbereich Consumer betreffen.

Das Finanzergebnis lag bei 15 Mio. € (Vorjahr: –12 Mio. €). Die Entwicklung wurde im Wesentlichen beeinflusst durch ein verbessertes Ergebnis aus Wechselkurseffekten sowie Erträge aus Wertpapierverkäufen, die größtenteils bereits zum 31. Dezember 2010 ergebnisneutral im Eigenkapital erfasst waren.

Das Ergebnis nach Steuern stieg auf 258 Mio. € (Vorjahr: 249 Mio. €). Die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern betrug 8,9 % (Vorjahr: 8,7 %). Ohne Sondereffekte betrug das Ergebnis nach Steuern 256 Mio. €. Die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern lag bei 8,8 %.

Das Ergebnis je Aktie, bezogen auf 226.818.984 Stück, lag bei 1,12 € (Vorjahr: 1,08 €). Ohne Sondereffekte betrug es 1,11 €.

Ertragslage Unternehmensbereiche

Consumer

- » Unternehmensbereich Consumer 1,3 % über Vorjahr
- » EBIT-Umsatzrendite Consumer bei 12,1 %

Consumer*

01.01.–30.06.

		Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2011	(in Mio. €)	1.527	405	499	2.431
Umsatz 2010	(in Mio. €)	1.537	374	506	2.417
Veränderungen (organisch)	(in %)	-0,9	12,5	-0,6	1,3
Veränderungen (wechsellkursbereinigt)	(in %)	-1,5	12,5	-0,6	0,9
Veränderungen (nominal)	(in %)	-0,7	8,2	-1,3	0,6
EBIT 2011**	(in Mio. €)	275	26	-7	294
EBIT-Umsatzrendite 2011**	(in %)	18,0	6,4	-1,4	12,1
EBIT 2010	(in Mio. €)	294	23	10	327
EBIT-Umsatzrendite 2010	(in %)	19,1	6,2	2,0	13,5

* Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

** Ohne Sondereffekte (siehe Überleitung EBIT ohne Sondereffekte auf Seite 7).

Im ersten Halbjahr lag der Umsatz um 1,3 % über dem Vorjahr. Die globale NIVEA-Offensive hatte dem Geschäft im zweiten Quartal positive Impulse gegeben. Die Sortimentsbereinigungsmaßnahmen, insbesondere der Ausstieg aus NIVEA Make-up, wirkten sich dagegen dämpfend auf das Wachstum aus. Zu aktuellen Kursen erreichte der Umsatz im Unternehmensbereich Consumer 2.431 Mio. € und lag damit um 0,6 % über dem Vorjahr (2.417 Mio. €).

Der NIVEA-Umsatz erhöhte sich um 1,5 % gegenüber dem Vorjahr. NIVEA Visage und NIVEA Body Care zeigten global wieder positive Wachstumsraten. NIVEA Deodorant entwickelte sich äußerst erfolgreich. Der Ausstieg aus NIVEA Make-up und die Sortimentsentscheidung bei NIVEA Hair Care wirkten sich umsatzmindernd aus. Unsere Marke La Prairie verzeichnete ein hervorragendes Umsatzwachstum von 7,2 %. Eucerin konnte den Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 6,7 % erhöhen.

Das EBIT betrug 294 Mio. € (Vorjahr: 327 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite betrug 12,1 % (Vorjahr: 13,5 %).

Consumer Umsatzentwicklung Europa*

01.01.–30.06.

		Deutschland	Westeuropa (ohne Deutschland)	Osteuropa	Gesamt
Umsatz 2011	(in Mio. €)	383	860	284	1.527
Umsatz 2010	(in Mio. €)	388	870	279	1.537
Veränderungen (organisch)	(in %)	-0,7	-2,0	2,5	-0,9
Veränderungen (wechsellkursbereinigt)	(in %)	-1,2	-2,8	2,5	-1,5
Veränderungen (nominal)	(in %)	-1,2	-1,2	1,9	-0,7

* Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

Der Consumer-Umsatz in der Region Europa lag auf vergleichbarer Basis um 0,9 % unter dem Vorjahreswert. Zu aktuellen Wechselkursen verringerte sich der Umsatz leicht um 0,7 % auf 1.527 Mio. € (Vorjahr: 1.537 Mio. €).

Der Umsatz in **Deutschland** lag um 0,7 % unter dem Vorjahr. Der Rückzug aus dem Geschäft mit NIVEA Make-up konnte durch die guten Entwicklungen von NIVEA SUN, NIVEA Deodorant und NIVEA Visage nahezu kompensiert werden. Die Umsätze mit Florena lagen deutlich unter Vorjahr. Eucerin konnte seinen guten Vorjahresumsatz bestätigen, und die Marke La Prairie erzielte ein deutliches Umsatzplus.

In **Westeuropa** lagen die Umsätze um 2,0 % unter dem Vorjahreswert. In einigen Ländern konnte der Vorjahresumsatz im Wesentlichen wegen der Auswirkungen der Sortimentsanpassungen nicht erreicht werden. Positiv entwickelte sich dagegen der Umsatz in Großbritannien, Österreich, Belgien und den Niederlanden. NIVEA Deodorant und NIVEA Shower zeigten gutes Wachstum. Die Neueinführung der NIVEA Pure & Natural Serie verlief weiter sehr erfolgreich. Auch Eucerin und La Prairie konnten den Umsatz steigern.

Der Umsatz in **Osteuropa** erreichte ein Wachstum von 2,5 %. Die Russland/Ukraine-Gruppe und die CEE-Gruppe verzeichneten eine gute Umsatzentwicklung. In Polen konnte der Vorjahresumsatz nicht erreicht werden. Positiv entwickelten sich in dieser Region NIVEA SUN, NIVEA Visage und Eucerin, die Umsätze mit NIVEA FOR MEN und NIVEA Hair Care waren rückläufig.

Das Consumer-EBIT lag in Europa bei 275 Mio. € (Vorjahr: 294 Mio. €). Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite betrug 18,0 % (Vorjahr: 19,1 %).

Consumer Umsatzentwicklung Amerika*

01.01.–30.06.

		Nordamerika	Lateinamerika	Gesamt
Umsatz 2011	(in Mio. €)	153	252	405
Umsatz 2010	(in Mio. €)	149	225	374
Veränderungen (organisch)	(in %)	9,7	14,3	12,5
Veränderungen (wechselkursbereinigt)	(in %)	9,7	14,3	12,5
Veränderungen (nominal)	(in %)	2,4	12,0	8,2

* Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

In der Region Amerika erhöhte sich der Umsatz um 12,5 %. Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 405 Mio. € um 8,2 % über dem Vorjahreswert (374 Mio. €).

Der Umsatz in **Nordamerika** lag um 9,7 % über Vorjahr. NIVEA Body Care, NIVEA Shower und NIVEA FOR MEN zeigten sehr gute Wachstumsraten. Auch La Prairie und Eucerin konnten ihre Umsätze steigern.

In **Lateinamerika** stiegen die Umsätze um 14,3 %. Die beste Wachstumsrate verzeichnete Argentinien, aber auch alle anderen wichtigen Märkte zeigten sehr gutes Wachstum. In dieser Schwerpunktregion entwickelten sich insbesondere NIVEA Visage, NIVEA Body Care und NIVEA Sun sehr gut. Auch Eucerin zeigte ein sehr starkes Wachstum.

Das Consumer-EBIT in Amerika lag bei 26 Mio. € (Vorjahr: 23 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 6,4 % (Vorjahr: 6,2 %).

Consumer Umsatzentwicklung Afrika/Asien/Australien*

01.01.–30.06.

		Gesamt
Umsatz 2011	(in Mio. €)	499
Umsatz 2010	(in Mio. €)	506
Veränderungen (organisch)	(in %)	-0,6
Veränderungen (wechselkursbereinigt)	(in %)	-0,6
Veränderungen (nominal)	(in %)	-1,3

* Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

Der Umsatz in der Region **Afrika/Asien/Australien** lag mit einer Entwicklung von -0,6 % leicht unter dem Vorjahr. Der Umsatz zu aktuellen Wechselkursen betrug 499 Mio. € und lag damit um 1,3 % unter dem Vorjahreswert (506 Mio. €).

Eine gute Umsatzentwicklung erreichte vor allem Afrika. In der Region zeigten insbesondere NIVEA Body Care, NIVEA Visage und NIVEA FOR MEN sehr gute Wachstumsraten. Japan, wo das Geschäft mit 8x4 durch einen Relaunch deutliche Wachstumsimpulse erhielt, zeigte ebenfalls ein sehr gutes Umsatzwachstum. Auch NIVEA SUN und NIVEA FOR MEN entwickelten sich hier positiv. Im Mittleren Osten machten sich die Auswirkungen der politischen Unruhen in den verschiedenen arabischen Staaten im zweiten Quartal auf den Umsatz der Gesellschaft bemerkbar. Der Umsatz in China lag aufgrund der Überarbeitung der Geschäftsstrukturen deutlich unter dem Vorjahr. Sehr positiv entwickelten sich hier nur NIVEA FOR MEN, NIVEA Deodorant und La Prairie.

Das EBIT in dieser Region war weiter durch starke Marketinginvestitionen sowie durch die Maßnahmen zur Neustrukturierung des Chinageschäfts beeinflusst. Das EBIT betrug -7 Mio. € (Vorjahr: 10 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei -1,4 % (Vorjahr: 2,0 %).

tesa

- » Unternehmensbereich tesa verzeichnet Umsatzzuwachs von 9,8 %
- » EBIT-Umsatzrendite tesa bei 11,9 %

**tesa**

01.01.–30.06.

		Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2011	(in Mio. €)	319	57	94	470
Umsatz 2010	(in Mio. €)	296	52	81	429
Veränderungen (organisch)	(in %)	6,7	15,6	17,2	9,8
Veränderungen (wechsellkursbereinigt)	(in %)	6,7	15,6	17,2	9,8
Veränderungen (nominal)	(in %)	7,6	10,1	16,1	9,5
EBIT 2011	(in Mio. €)	25	9	22	56
EBIT-Umsatzrendite 2011	(in %)	7,7	15,2	23,9	11,9
EBIT 2010	(in Mio. €)	31	9	18	58
EBIT-Umsatzrendite 2010	(in %)	10,5	17,5	22,4	13,6

Der Unternehmensbereich tesa erzielte im ersten Halbjahr 2011 ein organisches Umsatzwachstum von 9,8 % und konnte damit an die gute Umsatzentwicklung des Vorjahres anknüpfen. Zu aktuellen Kursen erhöhte sich der tesa Umsatz um 9,5 % auf 470 Mio. € (Vorjahr: 429 Mio. €).

In den ersten sechs Monaten dieses Jahres setzte sich die positive Umsatzentwicklung aus dem Jahr 2010 fort. Insbesondere der Geschäftsbereich Industrie konnte weiterhin Umsatzzuwächse mit Kunden aus der Automobil- und Elektroindustrie verzeichnen. Im Endverbrauchergeschäft war strukturbedingt nur ein leichter Umsatzzuwachs zu verzeichnen.

Das EBIT im Unternehmensbereich tesa ist von starken Materialpreiserhöhungen und Lieferengpässen auf den Rohstoffmärkten beeinflusst. Das EBIT betrug 56 Mio. € (Vorjahr: 58 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite lag bei 11,9 % (Vorjahr: 13,6 %).

Vermögenslage Konzern

Bilanz (in Mio. €)

	31.12.2010	30.06.2010	30.06.2011
Aktiva			
Langfristige Vermögenswerte	1.110	1.239	1.071
Vorräte	632	647	678
Übrige kurzfristige Vermögenswerte	2.380	2.348	2.612
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	973	898	966
	5.095	5.132	5.327
Passiva			
Eigenkapital	2.920	2.831	2.975
Langfristiges Fremdkapital	494	523	485
Kurzfristiges Fremdkapital	1.681	1.778	1.867
	5.095	5.132	5.327

Die langfristigen Vermögenswerte haben sich gegenüber den Werten zum 31. Dezember 2010, im Wesentlichen bedingt durch Wechselkurseffekte im Anlagevermögen, um 39 Mio. € auf 1.071 Mio. € reduziert. Die Investitionen im ersten Halbjahr 2011 lagen bei 34 Mio. € (Vorjahr: 39 Mio. €). Davon entfielen auf den Geschäftsbereich Consumer 24 Mio. € (Vorjahr: 25 Mio. €) und auf tesa 10 Mio. € (Vorjahr: 14 Mio. €). Die Vorräte stiegen saisonbedingt gegenüber dem Jahresende 2010 um 46 Mio. € auf 678 Mio. €. Die übrigen kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich auf 2.612 Mio. €. Der Anstieg im Vergleich zum Jahresende resultiert aus einem Anstieg der Wertpapiere sowie einem saisonalen Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

Das langfristige Fremdkapital hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2010 um 9 Mio. € reduziert. Der Anstieg des kurzfristigen Fremdkapitals resultierte aus der operativ bedingten Erhöhung der kurzfristigen Rückstellungen sowie höheren Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

Finanzierungsstruktur (in %)

31.12.2010	57	10	33
30.06.2010	56	10	34
30.06.2011	56	9	35

■ Eigenkapital
 Langfristiges Fremdkapital
 Kurzfristiges Fremdkapital

Finanzlage Konzern

Kapitalflussrechnung Konzern (in Mio. €)

	01.01.–30.06.2010	01.01.–30.06.2011
Brutto-Cashflow	309	264
Cashflow Nettoumlaufvermögen	30	1
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	339	265
Cashflow aus investiver Tätigkeit	-23	-70
Free-Cashflow	316	195
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-214	-189
Sonstige Veränderungen	29	-13
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	131	-7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	767	973
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.06.	898	966

Der Brutto-Cashflow erreichte 264 Mio. €. Der Mittelabfluss aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens lag bei 1 Mio. €. Dem Anstieg der Forderungen um 182 Mio. € und Vorräte um 46 Mio. € stand der Anstieg der Verbindlichkeiten sowie Rückstellungen um 229 Mio. € gegenüber. Insgesamt lag der Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit bei 265 Mio. €. Der Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit betrug 70 Mio. €. Den Ausgaben für Investitionen in Höhe von 34 Mio. € sowie für den Kauf von Wertpapieren in Höhe von 54 Mio. € standen Zinsen und sonstige Finanzeinzahlungen in Höhe von 15 Mio. € gegenüber. Der Free-Cashflow betrug 195 Mio. €. Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von 189 Mio. € resultierte im Wesentlichen aus der Auszahlung der Dividende sowie aus der Rückführung von Krediten. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erreichten 966 Mio. €.

Mitarbeiter

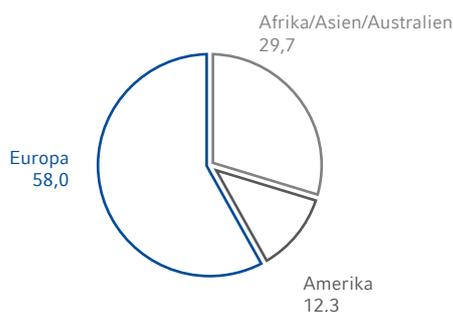
Die Zahl der Mitarbeiter reduzierte sich gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2010 um 1.231 auf 17.897, was im Wesentlichen auf die Überarbeitung der Geschäftsstrukturen in der China-Gruppe zurückzuführen ist. Zum 30. Juni 2011 waren 14.181 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.716 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.



Beiersdorf.de/
Karriere

Mitarbeiter nach Regionen (in %)

Stand 30.06.2011; insgesamt 17.897 Mitarbeiter



Sonstige Angaben

Wechsel im Vorstandsressort Brands & Supply Chain

Am 1. Juli 2011 hat Ralph Gusko, vorher Geschäftsführer für das Consumer-Geschäft in Nordeuropa, das Vorstandsressort Brands & Supply Chain übernommen. Ralph Gusko (50) arbeitet seit 22 Jahren für Beiersdorf in unterschiedlichen Funktionen der zentralen Markenführung sowie als Geschäftsführer in Asien und Nordeuropa. Sein Vorgänger Markus Pinger hat das Unternehmen zum 30. Juni 2011 auf eigenen Wunsch verlassen.

Chancen und Risiken

In Bezug auf Chancen und Risiken verweisen wir auf unseren Risikobericht im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2010. Ergänzend dazu ist zum 30. Juni 2011 zu berichten:

Neben anderen Unternehmen sind Gesellschaften des Beiersdorf Konzerns in Belgien, Deutschland, Frankreich und der Schweiz in Kartellverfahren im Bereich Kosmetikartikel auf nationaler Ebene involviert. In Deutschland und der Schweiz liegen Beschuldigtenschreiben vor. Das Verfahren in den Niederlanden wurde im Mai 2011 eingestellt. Wir rechnen in den nächsten Monaten mit weiteren Entscheidungen. Sofern der Abfluss von wirtschaftlichen Ressourcen zur Erfüllung dieser Verpflichtungen wahrscheinlich ist, sind Rückstellungen für die anhängigen Kartellverfahren in Höhe der bestmöglichen Schätzung des Erfüllungsbetrags gebildet worden. Eine abschließende Einschätzung des Risikos aus Konzernsicht ist zurzeit jedoch noch nicht möglich.

Ausblick 2011

Wirtschaftliche Rahmenfaktoren

Die globale wirtschaftliche Entwicklung wird unserer Einschätzung nach in den nächsten Jahren regional erneut sehr unterschiedlich verlaufen. Die Industrieländer dürften 2011 den Erholungsprozess aus der Krise fortsetzen, während wir in den Entwicklungs- sowie Schwellenländern eine anhaltend überdurchschnittliche Wachstumsdynamik erwarten. Die konjunkturelle Entwicklung in Europa wird weiterhin äußerst heterogen verlaufen. Volkswirtschaften mit einer ausgeprägten Exportorientierung werden von der weltwirtschaftlichen Erholung stärker profitieren. In den europäischen Staaten, die von der Finanzkrise stärker betroffen sind, erwarten wir eine unterdurchschnittliche Entwicklung der Märkte.

Für die US-Wirtschaft gehen wir von einer Wachstumsrate des BIP aus, die nur marginal über der im Jahr 2010 liegen wird. Die gesamtwirtschaftliche Nachfrage wird weiterhin nicht die Dynamik entfalten, die vor der Finanz- und Wirtschaftskrise zu beobachten war. Im Wesentlichen wird der Konsum durch eine hohe Arbeitslosigkeit sowie das veränderte Sparverhalten gebremst. In Asien rechnen wir weiterhin mit einem überdurchschnittlichen Wachstum, das maßgeblich durch China getrieben wird. Die fiskal- sowie geldpolitischen Maßnahmen der chinesischen Politik, die inflationäre Tendenzen eindämmen sollen, werden voraussichtlich das Wachstum nicht behindern.

Aufgrund der anhaltend starken, weltweiten Nachfrage in den relevanten Beschaffungsmärkten sowie der politischen Instabilität in den arabischen Ländern ist mit weiter steigenden Preisen zu rechnen. In Materialkategorien mit knappen Kapazitäten auf der Anbieterseite sowie natürlicher Knappheit von Rohstoffen sind zudem weitere Verfügbarkeitsengpässe zu erwarten.

Geschäftsentwicklung

Für den Konzern rechnen wir in 2011 gegenüber 2010 mit einem leichten Umsatzwachstum. Die operative EBIT-Umsatzrendite des Konzerns wird 2011 voraussichtlich 10–11 % erreichen. Die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern erwarten wir bei 7–8 %.

Im Unternehmensbereich **Consumer** wird die Entwicklung des Umsatzes durch die Auswirkungen der Sortimentsstraffung stark beeinflusst. Das Umsatzwachstum in unseren Kernbereichen soll aber die Effekte der Sortimentsbereinigung in etwa ausgleichen. Der Unternehmensbereich soll somit wieder das Umsatzniveau von 2010 erreichen. Die operative EBIT-Umsatzrendite soll bei etwa 10–11 % liegen.

tesa geht für 2011 in den beiden Kundensegmenten Industrie und Endverbrauchergeschäft von leicht über dem Marktwachstum liegenden Umsatzentwicklungen aus. Der Unternehmensbereich rechnet mit einer EBIT-Umsatzrendite von deutlich über 11 %.

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

Hamburg, im August 2011

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Zwischenabschluss Konzern

Gewinn- und Verlustrechnung*

(in Mio. €)

	01.04. – 30.06.2010	01.04. – 30.06.2011	01.01. – 30.06.2010	01.01. – 30.06.2011
Umsatzerlöse	1.464	1.495	2.846	2.901
Kosten der umgesetzten Leistungen	-528	-553	-1.015	-1.056
Brutto-Ergebnis vom Umsatz	936	942	1.831	1.845
Marketing- und Vertriebskosten	-607	-640	-1.185	-1.250
Forschungs- und Entwicklungskosten	-37	-41	-74	-79
Allgemeine Verwaltungskosten	-70	-78	-140	-149
Sonstiges betriebliches Ergebnis	-23	4	-47	-18
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	199	187	385	349
Finanzergebnis	-8	0	-12	15
Ergebnis vor Steuern	191	187	373	364
Ertragsteuern	-64	-54	-124	-106
Ergebnis nach Steuern	127	133	249	258
Ergebnis der Anteilseigner der Beiersdorf AG	126	131	246	254
Ergebnis der nicht beherrschenden Anteile	1	2	3	4
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,55	0,58	1,08	1,12

* Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

Gesamtergebnisrechnung

(in Mio. €)

	01.01. – 30.06.2010	01.01. – 30.06.2011
Ergebnis nach Steuern	249	258
Veränderung der Marktbewertung von Cashflow Hedges	-27	7
Latente Steuern auf die Veränderung der Marktbewertung von Cashflow Hedges	9	-3
<i>Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags aus der Marktbewertung von Cashflow Hedges</i>	-18	4
Veränderung der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	-	-5
Latente Steuern auf die Veränderung der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	-	2
<i>Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags aus der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten</i>	-	-3
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	130	-37
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	112	-36
Gesamtergebnis	361	222
Davon entfallen auf		
– Anteilseigner der Beiersdorf AG	356	219
– nicht beherrschende Anteile	5	3

Bilanz

Bilanz (in Mio. €)

	31.12.2010	30.06.2010	30.06.2011
Aktiva			
Immaterielle Vermögenswerte	306	405	299
Sachanlagen	716	738	683
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	10	10	13
Sonstige langfristige Vermögenswerte	2	1	2
Latente Steueransprüche	76	85	74
Langfristige Vermögenswerte	1.110	1.239	1.071
Vorräte	632	647	678
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.001	1.142	1.142
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	72	84	75
Ertragsteuerforderungen	63	39	69
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	112	132	140
Wertpapiere	1.132	951	1.186
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	973	898	966
Kurzfristige Vermögenswerte	3.985	3.893	4.256
	5.095	5.132	5.327
Passiva			
Anteile der Anteilseigner der Beiersdorf AG	2.907	2.823	2.967
Nicht beherrschende Anteile	13	8	8
Eigenkapital	2.920	2.831	2.975
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	209	217	195
Sonstige langfristige Rückstellungen	117	127	118
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	8	10	7
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	5	5	5
Latente Steuerverbindlichkeiten	155	164	160
Langfristiges Fremdkapital	494	523	485
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	486	549	566
Ertragsteuerverbindlichkeiten	126	118	108
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	863	861	972
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	135	153	118
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	71	97	103
Kurzfristiges Fremdkapital	1.681	1.778	1.867
	5.095	5.132	5.327

Kapitalflussrechnung

(in Mio. €)

	01.01.–30.06.2010	01.01.–30.06.2011
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	385	349
Auszahlungen für Ertragsteuern	-121	-127
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen	61	58
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)	-16	-15
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen	-	-1
Brutto-Cashflow	309	264
Veränderung der Vorräte	-86	-46
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	-226	-182
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen	342	229
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	339	265
Auszahlungen für Investitionen	-39	-34
Einzahlungen aus Divestments	5	3
Auszahlungen für den Erwerb von Wertpapieren	-265	-406
Einzahlungen aus dem Verkauf/Endfälligkeiten von Wertpapieren	264	352
Zinseinzahlungen	7	13
Dividenden- und sonstige Finanzeinzahlungen	5	2
Cashflow aus investiver Tätigkeit	-23	-70
Free-Cashflow	316	195
Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten	52	14
Auszahlungen aus der Tilgung von Krediten	-76	-34
Zinsauszahlungen	-4	-3
Sonstige Finanzauszahlungen	-27	-7
Auszahlung Dividende Beiersdorf AG	-159	-159
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-214	-189
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	29	-13
Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	131	-7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	767	973
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.06.	898	966

Eigenkapitalveränderungsrechnung

(in Mio. €)

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen*	Kumuliertes sonstiges Konzernergebnis			Summe der Anteilseigner	Nicht beherrschende Anteile	Gesamt
				Unterschied aus der Währungs-umrechnung	Sicherungs-instrumente aus der Absiche-rung von Zahlungs-strömen	Zur Ver-äußerung verfügbare finanzielle Vermögens-werte			
01.01.2010	252	47	2.450	-127	-1	5	2.626	10	2.636
Gesamtergebnis der Periode	-	-	246	128	-18	-	356	5	361
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-159	-	-	-	-159	-	-159
Dividende an nicht beherrschende Anteilseigner für das Vorjahr	-	-	-	-	-	-	-	-7	-7
30.06.2010	252	47	2.537	1	-19	5	2.823	8	2.831
01.01.2011	252	47	2.609	-1	-5	5	2.907	13	2.920
Gesamtergebnis der Periode	-	-	254	-36	4	-3	219	3	222
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-159	-	-	-	-159	-	-159
Dividende an Nicht beherrschende Anteilseigner für das Vorjahr	-	-	-	-	-	-	-	-8	-8
30.06.2011	252	47	2.704	-37	-1	2	2.967	8	2.975

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

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. Die Aktivitäten der Beiersdorf AG und ihrer Tochtergesellschaften („Beiersdorf Konzern“) umfassen im Wesentlichen die Herstellung und den Vertrieb von Markenartikelprodukten in dem Bereich Hautpflege 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 2011 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt. Der Konzernzwischenabschluss sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010 gelesen werden.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für diesen Zwischenbericht wurden die Werte unter Anwendung der International Financial Reporting Standards (IFRS) ermittelt. Auf den Konzernzwischenabschluss wurden mit Ausnahme des Ausweises der Umsatzerlöse sowie Marketingkosten die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie im Konzernabschluss 2010 angewandt. Ab dem Geschäftsjahr 2011 werden Aufwendungen für Leistungen an Handelspartner für erbrachte Dienstleistungen, die nicht eindeutig als solche identifizierbar sind und deren Wert nicht zuverlässig schätzbar ist, nicht mehr als Marketingkosten ausgewiesen, sondern direkt von den Umsatzerlösen abgezogen. 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 2010. Es haben sich bis zum 30. Juni 2011 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

Corporate Governance

Die Entsprechenserklärung von Aufsichtsrat und Vorstand für das Geschäftsjahr 2010 zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate-Governance-Kodex gemäß §161 Aktiengesetz wurde Ende Dezember 2010 abgegeben und ist über unsere Internetseite www.Beiersdorf.de/Corporate_Governance 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 wird 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 2011

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Finanzkalender

<p>4. August 2011</p> <p>↓</p> <p><i>Zwischenbericht Januar bis Juni 2011</i></p>	<p>3. November 2011</p> <p>↓</p> <p><i>Zwischenbericht Januar bis September 2011, Finanzanalystenkonferenz</i></p>	<p>Januar 2012</p> <p>↓</p> <p><i>Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten</i></p>
<p>1. März 2012</p> <p>↓</p> <p><i>Geschäftsbericht 2011, Bilanzpressekonferenz, Finanzanalystenkonferenz</i></p>	<p>26. April 2012</p> <p>↓</p> <p><i>Hauptversammlung</i></p>	<p>Mai 2012</p> <p>↓</p> <p><i>Zwischenbericht Januar bis März 2012</i></p>
<p>August 2012</p> <p>↓</p> <p><i>Zwischenbericht Januar bis Juni 2012</i></p>	<p>November 2012</p> <p>↓</p> <p><i>Zwischenbericht Januar bis September 2012, Finanzanalystenkonferenz</i></p>	<p>Januar 2013</p> <p>↓</p> <p><i>Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten</i></p>

Impressum

Herausgeber

Beiersdorf Aktiengesellschaft

Unnastraße 48
20245 Hamburg
Deutschland

Redaktion und Konzept

Corporate Communications

Telefon: +49 40 4909-2102
E-Mail: CorporateCommunications@Beiersdorf.com

Weitere Informationen

Corporate Communications

Telefon: +49 40 4909-2102
E-Mail: CorporateCommunications@Beiersdorf.com

Investor Relations

Telefon: +49 40 4909-5000
E-Mail: Investor.Relations@Beiersdorf.com

Beiersdorf im Internet

www.Beiersdorf.de

Der Zwischenbericht liegt auch in englischer Sprache vor.
Die Onlineversion steht unter www.Beiersdorf.de/Zwischenbericht zur Verfügung.

BDF ●●●●

Beiersdorf