

**20
21**

Geschäftsbericht

Beiersdorf

Beiersdorf 2021

KENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

		2020	2021
Umsatz Konzern	(in Mio. €)	7.025	7.627
Veränderungen zum Vorjahr (organisch)	(in %)	-5,7	9,7
Veränderungen zum Vorjahr (nominal)	(in %)	-8,2	8,6
Umsatz Consumer	(in Mio. €)	5.700	6.129
Veränderungen zum Vorjahr (organisch)	(in %)	-6,6	8,8
Veränderungen zum Vorjahr (nominal)	(in %)	-9,1	7,5
Umsatz tesa	(in Mio. €)	1.325	1.498
Veränderungen zum Vorjahr (organisch)	(in %)	-1,5	13,6
Veränderungen zum Vorjahr (nominal)	(in %)	-3,9	13,1
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	(in Mio. €)	906	993
EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte)	(in %)	12,9	13,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	(in Mio. €)	828	933
EBIT-Umsatzrendite	(in %)	11,8	12,2
Jahresüberschuss	(in Mio. €)	577	655
Umsatzrendite nach Steuern	(in %)	8,2	8,6
Ergebnis je Aktie	(in €)	2,47	2,81
Dividendensumme	(in Mio. €)	159	159
Dividende je Aktie	(in €)	0,70	0,70
Brutto-Cashflow	(in Mio. €)	802	897
Investitionen*	(in Mio. €)	280	413
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	(in Mio. €)	246	268
Mitarbeitende	(Anzahl am 31.12.)	20.306	20.567

* Die Angabe umfasst die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen inklusive der Akquisitionen.

An die Aktionär*innen

Seite 25 - 34

- S. 26 Brief des Vorstandsvorsitzenden
- S. 30 Beiersdorf Aktie und Investor Relations
- S. 32 Bericht des Aufsichtsrats

Zusammengefasster Lagebericht

Seite 35 - 118

S. 37 Grundlagen des Konzerns

- S. 37 Geschäft und Strategie
- S. 41 Forschung und Entwicklung
- S. 49 Menschen bei Beiersdorf
- S. 57 Nachhaltigkeit

S. 58 Nichtfinanzielle Erklärung

S. 85 Wirtschaftsbericht

- S. 85 Wirtschaftliches Umfeld
- S. 87 Ertragslage
- S. 94 Vermögenslage
- S. 95 Finanzlage
- S. 96 Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage
- S. 97 Beiersdorf AG
- S. 99 Risikobericht
- S. 105 Prognosebericht

S. 107 Weitere Angaben

- S. 107 Erklärung zur Unternehmensführung
- S. 117 Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen
- S. 117 Übernahmerechtliche Angaben

Konzernabschluss

Seite 119 - 166

S. 120 Konzernabschluss

- S. 120 Gewinn- und Verlustrechnung
- S. 120 Gesamtergebnisrechnung
- S. 121 Bilanz
- S. 122 Kapitalflussrechnung
- S. 123 Eigenkapitalveränderungsrechnung

S. 124 Konzernanhang

- S. 124 Segmentberichterstattung
- S. 124 Regionale Berichterstattung
- S. 125 Grundlagen und Methoden
- S. 131 Konsolidierungskreis, Akquisitionen und Divestments
- S. 132 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
- S. 135 Erläuterungen zur Bilanz
- S. 150 Sonstige Angaben
- S. 154 Nachtragsbericht
- S. 155 Organe der Beiersdorf AG

S. 158 Bestätigungen

- S. 158 Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers
- S. 164 Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers
- S. 166 Versicherung des Vorstands

Weitere Informationen

Seite 167 - 192

S. 168 Vergütungsbericht

S. 188 Zehnjahresübersicht

S. 189 Anteilsbesitzliste

S. 192 Impressum

Finanzkalender (Umschlag)

UNSERE MITARBEITENDEN



Wir sorgen dafür, dass Menschen sich in ihrer Haut - und darüber hinaus - wohlfühlen. Wir glauben an eine Kultur des Miteinanders, in der Individualität eine große Bereicherung ist. Wir fördern unternehmerisches Denken, um unsere erfolgreiche Unternehmensgeschichte fortzuführen. Wir schaffen echte Verbindungen in einer digitalen Welt und haben hohe Ansprüche, wenn es um Nachhaltigkeit geht. In einer Welt im stetigen Wandel wollen wir spürbare Veränderungen bewirken.

**WIR SIND
BEIERSDORF.**

”

VERANTWORTUNG ENDET NICHT BEIM **EIGENEN** **PRODUKT**

“

Die Hautpflegebranche ist im Wandel. Nachhaltigkeit und Digitalisierung beeinflussen das Geschäft maßgeblich. Beiersdorf CEO Vincent Warnery und CFO Astrid Hermann sprechen im Interview über veränderte Bedürfnisse der Konsument*innen, über die strategischen Fokusthemen für erfolgreiches Wachstum und darüber, warum die unternehmerische Verantwortung von Beiersdorf über die Hautpflege hinausgeht.



Beginnen wir mit einer persönlichen Frage: Wann sind Sie das erste Mal mit einem Produkt von Beiersdorf in Berührung gekommen? Und welche Erinnerungen verbinden Sie damit?

Vincent Warnery: Da muss ich nicht lange überlegen: als kleiner Junge mit NIVEA SUN am Strand von Marseille! Ich bin in Marseille aufgewachsen, und meine Mutter hat NIVEA immer schon geliebt. Der Duft erinnert mich bis heute an meine Kindheit.

Astrid Hermann: Bei mir war es - wie wahrscheinlich bei vielen - die klassische blaue NIVEA Dose. Ich habe sie als junges Mädchen einfach überall mit hingenommen. Auch wenn ich mittlerweile vor allem die Pflegeprodukte von Eucerin benutze, ist der Duft von NIVEA immer noch mein Favorit.

Die erste NIVEA Creme war damals eine Revolution in der Hautpflege. Was hat sich seitdem getan? Inwiefern haben sich die Bedürfnisse der Gesellschaft geändert?

Astrid Hermann: Heute gibt es ein viel größeres Bewusstsein für die Themen Hautpflege und Hautgesundheit. Wir wollen uns wohlfühlen in unserer Haut – von außen und von innen. Denn wer sich in der eigenen Haut wohlfühlt, ist meist auch zufriedener mit sich selbst.

Vincent Warnery: Darüber hinaus haben wir es heute mit ganz anderen Rahmenbedingungen zu tun. Nachhaltigkeit und Digitalisierung bestimmen zunehmend unser Geschäft und stellen neue und spannende Anforderungen an unsere Produkte.

Wie geht Beiersdorf als Unternehmen mit diesem Wandel um? Und wo liegen Herausforderungen?

Vincent Warnery: Die wichtigste Grundlage ist unsere Strategie C.A.R.E.+ . Mit ihr setzen wir einen klaren Fokus auf Innovationen, Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Wachstum. Wir wollen neue Maßstäbe setzen und die Zukunft der Hautpflege aktiv mitgestalten. Dafür haben wir zum Beispiel ein „Early Innovation“-Team gegründet, um große Innovationen in ihrer Entwicklung zu zentralisieren

”
Es ist für uns wichtiger denn je, in eine nachhaltige, inklusive Welt zu investieren.
 “

Vincent Warnery
 CEO



und so noch schneller und effizienter auf den Markt bringen zu können. Darüber hinaus ist die digitale Transformation ein Schlüsselfaktor für den Erfolg. Mit unserem „Digital Fast Forward“-Programm verfolgen wir das Ziel, unser Geschäft im digitalen Bereich weiter auszubauen – von E-Commerce über Co-Innovations-Plattformen bis hin zu digitalen Service-Angeboten für unsere Konsument*innen. Dieses strategische Feld ist besonders durch sein hohes Tempo herausfordernd – aber auch unglaublich interessant und facettenreich.

Und wie sieht es mit den Fokusfeldern Wachstum und Nachhaltigkeit aus?

Astrid Hermann: Zu C.A.R.E.+ gehört auch, dass wir neue Wachstumspotenziale erschließen, sowohl in Form von neuen Märkten als auch über neue Kategorien und Geschäftsfelder. Ein Beispiel ist unsere jüngste Akquisition, die US-amerikanische Marke Chantecaille. Wir erweitern damit unser Portfolio im Premium-Hautpflege-segment rund um La Prairie und stärken zugleich unsere Position in wichtigen Märkten, insbesondere in den USA, China und Korea. Da nachhaltiges Agieren bei Chantecaille bereits untrennbar zum Markenkern gehört, passt die Marke außerdem hervorragend zu unserem globalen Nachhaltigkeits-Engagement. Hier setzen wir neben unserer gesellschaftlichen Verantwortung einen starken Fokus auf die Entwicklung nachhaltiger Produktinnovationen und Verpackungsformate. Das Thema ist allerdings sehr komplex und bietet aufgrund lokaler Unterschiede einige Herausforderungen. So sind Standards in Recycling-Prozessen beispielsweise nicht überall gleich. Aber mit jedem einzelnen Projekt lernen wir dazu, um unsere gesamte Wertschöpfungskette nachhaltiger zu gestalten.

Beiersdorf setzt nicht nur bei Produkten, sondern auch weit darüber hinaus auf eine nachhaltige Entwicklung. Welche Maßnahmen sind Ihnen dabei besonders wichtig - und warum?

Vincent Warnery: Unser Verständnis von Pflege geht seit jeher über die reine Hautpflege hinaus. Das heißt für uns ganz konkret: Unsere Verantwortung endet nicht bei unseren eigenen Produkten. Vielmehr wollen wir als globales Hautpflegeunternehmen aktiv einen Beitrag für die Umwelt und für die Gesellschaft leisten. Das spiegelt sich in unserem Purpose Care Beyond Skin wider. Es ist für uns wichtiger denn je, in eine nachhaltige, inklusive Welt zu investieren. So stärken wir beispielsweise Mädchen, die durch die Corona-Pandemie besonders betroffen sind. Seit 2020 haben wir gemeinsam mit den NGOs Plan International und CARE bereits rund 58.000 Menschen in Afrika und Lateinamerika über unsere „Empowering Girls“-Projekte unterstützt. So können wir konkrete Veränderungen bewirken, die einen systemischen Wandel zum Ziel haben.

Blicken wir von der Pandemie in die Zukunft: Was nehmen Sie aus dieser besonderen Zeit mit? Was hat sich bei Beiersdorf als Unternehmen geändert?

Astrid Hermann: Die Corona-Pandemie hat die Lebens- und Arbeitswelt fundamental verändert. Sie hat uns gezeigt, wie die Arbeitswelt der Zukunft aussehen kann, und hat den Kulturwandel, gerade auch hybride Arbeitsmodelle, enorm beschleunigt. Das war nicht immer leicht, hat uns aber in unserer Entwicklung ein großes Stück vorangebracht.

Vincent Warnery: Das kann ich nur bestätigen. Die virtuelle Zusammenarbeit hat uns in den vergangenen Monaten maßgeblich geprägt. Und trotz räumlicher Distanz sind wir - auch auf globaler Ebene - als Team noch enger zusammengerückt und haben entgegen aller Herausforderungen unser Geschäft erfolgreich vorangetrieben. Corona hat uns gezeigt, dass wir schwierige Zeiten meistern und sogar gestärkt aus ihnen hervorgehen können.



”
Heute gibt es in der Gesellschaft ein viel größeres Bewusstsein für Hautpflege und Hautgesundheit.
 “

Astrid Hermann
 CFO

CARE BEYOND SKIN
 UNSER PURPOSE

Unser Verständnis von Pflege geht seit jeher über die reine Hautpflege hinaus. Wenn wir zusammenarbeiten und unsere Kräfte vereinen, bieten wir nicht nur innovative Hautpflege, sondern pflegen auch das, was für das Leben der Menschen wichtig ist - innerhalb unseres Unternehmens und in der Gesellschaft.

C.A.R.E.+
 UNSERE STRATEGIE

Ziel unserer Strategie ist es, wettbewerbsfähiges, nachhaltiges Wachstum zu sichern und zugleich auf sich rasant verändernde Rahmenbedingungen zu reagieren. C.A.R.E.+ steht für **C**ourage (Mut), **A**spiration (Zielstrebigkeit), **R**esponsibility (Verantwortung) und **E**mpathy (Empathie).



INNOVATIONEN, DIE MENSCHEN

Innovationskraft ist ein Grundbaustein des Unternehmens. Seit rund 140 Jahren erforschen Wissenschaftler*innen bei Beiersdorf die komplexen Prozesse unserer Haut. Dabei entwickeln sie immer wieder neue Wirkstoffe und Pflegeprodukte, die das Potenzial haben, das Leben von Menschen positiv zu verändern. So ist es ihnen in zehn Jahren Pionierarbeit gelungen, ein wirksames Mittel gegen unregelmäßige Pigmentierung der Haut zu finden, patentieren zu lassen und auf den Markt zu bringen.



”
Die enorm hohe Nachfrage bestätigt uns darin, dass wir mit unseren Produkten einen realen Mehrwert für unsere Konsument*innen schaffen.

“

Grita Loeb sack
Vorstandsmitglied

Über die Hautpflege hinaus

Auf der ganzen Welt leiden Menschen jeden Alters unter Hyperpigmentierung. Verantwortlich dafür ist das natürliche Pigment Melanin. Produziert der Körper zu viel davon, entstehen dunkle Flecken. Dafür gibt es unterschiedliche Auslöser: Einer der häufigsten ist das Sonnen ohne Lichtschutz. Aber auch mit zunehmendem Alter, durch hormonelle Schwankungen in der Schwangerschaft oder als Folge von Akne können Pigmentflecken auftreten. Aus medizinischer Sicht sind sie harmlos, aber häufig belasten sie das Selbstwertgefühl der Betroffenen. Beiersdorf legt nicht nur großen Wert auf das äußere, sondern auch auf das innere Wohlbefinden seiner Konsument*innen und hat einen klaren Forschungsschwerpunkt für Pigmentstörungen definiert. Dr. Ludger Kolbe ist daran maßgeblich beteiligt: Als Chief Scientist für Photobiologie untersucht er die Wirkung von Licht auf unsere Haut.

202

Mio. €

flossen 2021 in
den Bereich Forschung
und Entwicklung

1.630

Studien

mit 42.000
Proband*innen weltweit



7

internationale
Forschungs- & Entwicklungs-
standorte

mit 1.530 Mitarbeitenden

Zehn Jahre Pionierarbeit

Um ein nachhaltiges Mittel gegen das unerwünschte Auftreten von Pigmentflecken zu finden, testeten die Forscher*innen von Beiersdorf über 50.000 Moleküle, die als mögliche Inhaltstoffe infrage kommen. „Über zehn Jahre hinweg haben wir ständig etwas verändert und erneut getestet. Dabei hat es immer wieder Momente gegeben, in denen wir dachten, alles würde scheitern. Aber wir haben nicht aufgegeben“, erinnert sich Dr. Ludger Kolbe. An dieser Stelle waren innovative Methoden und eine große Portion Selbstvertrauen gefragt: In Expert*innenkreisen galt es als unmöglich, das für die Pigmentierung entscheidende menschliche Enzym im Labor nachzubilden. Beiersdorf gelang es nach jahrelanger Forschung dennoch. Die Ergebnisse waren vielversprechend und ebneten den Weg für den Test auf menschlicher Haut. Die internationale Anwendbarkeit des potenziellen Wirkstoffs stand dabei im Vordergrund. „Die Stoffe sollten nicht nur auf heller europäischer Haut, sondern auch bei dunklen Hauttypen wirken“, erläutert Dr. Kolbe. „Dabei haben wir eng mit Spezialist*innen aus der ganzen Welt kooperiert, etwa mit Chemiker*innen in Oxford und Berater*innen in den USA und Japan.“ Das Molekül mit der Nummer 630 erwies sich schließlich als wirkungsvoll und wurde patentiert.

Der Anti-Pigment-Wirkstoff erobert die Märkte

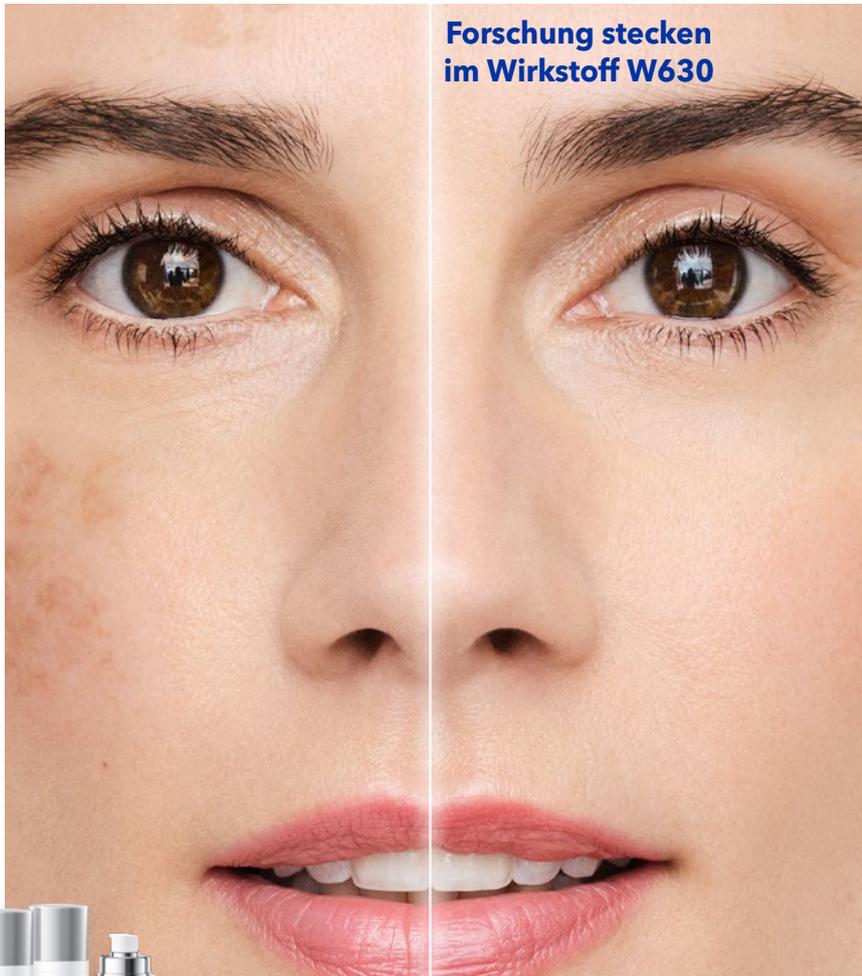
Der Ursprungswirkstoff W630 wurde damit zur Basis vieler Produkte für unterschiedliche Anwendungsbereiche, die sich in kurzer Zeit in verschiedenen Märkten durchsetzten. 2018 machte Beiersdorfs Luxus-Hautpflegemarke La Prairie den Aufschlag: Die Pflegeprodukte sind zusätzlich mit hochwertigen Inhaltsstoffen wie Kaviarextrakt angereichert. Sie reduzieren altersbedingte Verfärbungen und verjüngen die Haut nachhaltig. Nur ein halbes Jahr später brachte die Marke Eucerin die ersten dermokosmetischen Anti-Pigment-Produkte auf den Markt. Auch die im Jahr 2020 eingeführte NIVEA LUMINOUS630® Anti-Pigmentflecken-Gesichts-

pflegeserie ist inzwischen ein globaler Erfolg: „Die enorm hohe Nachfrage bestätigt uns darin, dass wir mit unseren Produkten einen realen Mehrwert für unsere Verbraucher*innen schaffen und damit gleichzeitig ein neues Marktsegment für uns erschließen“, unterstreicht Vorstandsmitglied Grita Loeb sack. Die Marke baute die LUMINOUS630® Gesichtspflegeserie im Jahr 2021 weiter aus und ergänzte sie um Produkte aus den Kategorien Sonne sowie Handpflege.

Im gleichen Jahr legte Eucerin zusätzlich einen Fokus auf Pickelmale und trat damit in ein völlig neues Marktsegment ein. Weltweit sind viele Menschen von diesem Hautproblem betroffen, das ihr psychisches Wohlbefinden stark beeinträchtigen kann. „Die Rückmeldungen unserer Konsument*innen haben uns eindrucksvoll gezeigt, dass wir mit unseren Produkten einen lebensverändernden Einfluss nehmen können - weit über die eigentlichen Hautprobleme hinaus. Darauf sind wir sehr stolz“, so Vorstandsmitglied Patrick Rasquinet. Wie kaum ein zweites Beispiel steht deshalb der Wirkstoff W630 in seinen verschiedenen Zusammensetzungen für den Erfolg einer internationalen und markenübergreifenden Teamarbeit.

10 Jahre

**Forschung stecken
im Wirkstoff W630**



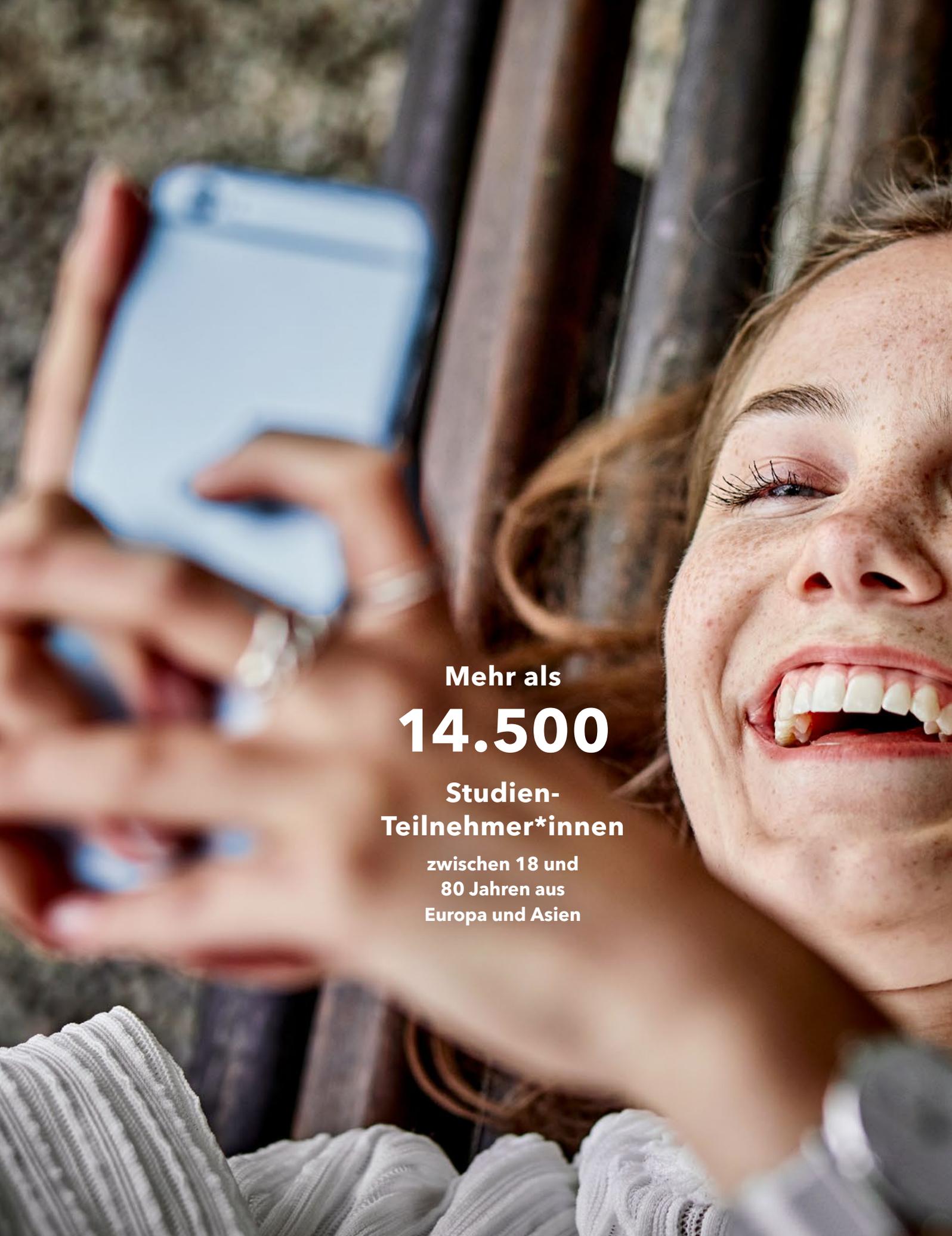
”

Wir sind stolz darauf, dass wir mit unseren Produkten einen lebensverändernden Einfluss nehmen können.

“

Patrick Rasquinet
Vorstandsmitglied





Mehr als
14.500

Studien-
Teilnehmer*innen

zwischen 18 und
80 Jahren aus
Europa und Asien

DIE DIGITALE HAUTPFLEGE-INTELLIGENZ

Künstliche Intelligenz (KI) ist aus unserem Leben kaum noch wegzudenken: Sprachassistent, Smart Home, personalisierte Musikvorschläge oder Kochrezepte. Die dafür verantwortlichen Algorithmen sollen den Alltag erleichtern und sind mittlerweile in fast allen Lebensbereichen zu finden. Auch Beiersdorf nutzt Algorithmen, um die Haut seiner Konsument*innen zu analysieren: Mit SKINLY, einer weltweit angelegten Hautpflegestudie mittels digitaler Tools, eröffnet das Unternehmen eine neue Dimension der Hautwissenschaft.



5 Millionen Hautmessungen unter realen Bedingungen



”
**Unsere langjährige
Forschungsexpertise bringt
uns den entscheidenden
Vorteil. Sie hilft uns,
das Richtige aus den Daten
herauszulesen.**

“

Dr. Gitta Neufang
Mitglied des Executive Committee

Digitalisierte Hautforschung von zu Hause

Die SKINLY-Hautforschungsstudie beginnt schon im eigenen Badezimmer. Die Konsument*innen benötigen dafür lediglich ihr Smartphone und das eigens von der Beiersdorf-Forschung entwickelte SKINLY-Messgerät. Über einen bestimmten Zeitraum hinweg messen sie bis zu zweimal am Tag ihre Hautbeschaffenheit, und das Gerät speist die Daten in die dazugehörige App ein. Damit die Hautanalyse funktioniert, benötigt die KI eine große Menge qualitativer Daten. Beiersdorf hat deshalb seit Ende 2019 Messgeräte an über 14.500 Konsument*innen im Alter zwischen 18 und 80 Jahren aus Europa und Asien geschickt und damit eine der weltweit größten Hautpflegestudien mit Konsument*innen gestartet. Doch wie funktioniert das genau? Die Konsument*innen halten das mit einer Kamera und einem Feuchtigkeitssensor ausgestattete SKINLY-Messgerät jeweils morgens vor der Pflegeroutine und abends vor dem Auftragen der Nachtpflege an Wange, Augenfalte, Stirn und Unterarm. In den letzten zwei Jahren führten sie nach diesem Prinzip über fünf Millionen Hautmessungen durch. Eine Do-it-yourself-Datenerhebung von zu Hause, die einen echten Mehrwert schafft: Durch die Messungen unter realen Bedingungen liefert die Studie valide Daten, die auch die äußeren Einflüsse des täglichen Lebens, wie zum Beispiel feuchtes oder trockenes Klima, berücksichtigen.

Künstliche Intelligenz trifft langjährige Forschungsexpertise

Die KI erkennt die charakteristischen Merkmale der gesammelten Hautbilder, und die Hautpflege-Expert*innen bei Beiersdorf bringen dem Algorithmus die passenden Schlussfolgerungen bei. Denn die KI ist immer nur so intelligent wie der Mensch dahinter. Die Expert*innen greifen hierfür auf einen seit über 140 Jahren gewachsenen Wissensfundus zurück. „Unsere langjährige Forschungsexpertise bringt uns den entscheidenden Vorteil, denn sie hilft uns, das Richtige aus den Daten herauszulesen“, so Dr. Gitta Neufang, Mitglied des Executive Committee. Hierbei gilt: Je mehr hochwertige Daten das System bekommt, desto besser können die Expert*innen äußere Einflüsse auf die Haut wie Umwelt und Ernährung verstehen und geeignete Produkte entwickeln. „Wichtig war uns von Anfang an, dass die SKINLY-Studie einen holistischen Ansatz verfolgt und die Erkenntnisse sowohl produkt- als auch markenübergreifend Anwendung finden“, betont Dr. Gitta Neufang.

Personalisierte Pflegeprodukte

Die Expert*innen bei Beiersdorf nutzen die Erkenntnisse aus der SKINLY-Studie in Verbindung mit ihrer Hautpflege-Erfahrung für die Entwicklung neuer Produkte. Diese entstehen so nicht nur für, sondern gemeinsam mit den Konsument*innen. Die NIVEA SKiN GUIDE Web-App ist eines der Ergebnisse der digitalen Pionierarbeit. Sie basiert auf zwölf Millionen Hautbildern, die Beiersdorf ebenfalls mittels KI analysiert hat. Die Anwender*innen machen Selfies und bekommen aufgrund der Analyseergebnisse persönliche Produktempfehlungen, auf ihre Bedürfnisse abgestimmte Hautpflegetipps und ein digitales Hauttagebuch zur langfristigen Dokumentation der Entwicklung ihrer Haut. Die erste Direct-to-Consumer-Marke O.W.N (Only What's Needed) von Beiersdorf geht noch einen Schritt weiter: Der Algorithmus ist in der Lage, aus mehr als 380.000 Formelkombinationen ein individuelles Produktangebot zusammenzustellen. Konsument*innen ermitteln anhand eines wissenschaftlich evaluierten Fragebogens, welche Pflegeformel optimal zu ihrer Haut passt. Bei jeder Nachbestellung entwickelt sich das Produkt automatisch weiter und passt sich so den Lebensumständen und den damit verbundenen Veränderungen der Haut an. Die Beratung und der Vertrieb der Produkte erfolgen rein digital über die O.W.N-Website. Darüber hinaus setzt die Marke auf Nachhaltigkeit: Hautpflege in wiederauffüllbaren Tiegeln und Flaschen sowie Umverpackungen aus organischen Materialien, die voll recycelbar sind.

Die Hautpflege von morgen

Mit der NIVEA SKiN GUIDE Web-App und O.W.N schafft Beiersdorf personalisierte Markenerlebnisse. „Die Digitalisierung ermöglicht es uns, noch besser auf die Wünsche und individuellen Hautbedürfnisse unserer Konsument*innen einzugehen – von der täglichen Pflegeroutine bis hin zu neuen innovativen Produkten“, so Vorstandsmitglied Oswald Barckhahn. Das 2021 initiierte „Digital Fast Forward“-Programm soll die digitale Transformation des Unternehmens weiter beschleunigen. Beiersdorf investiert hierbei in neue Technologien und datengesteuerte Kapazitäten, um seine führende Hautpflege-Kompetenz auch im digitalen Markt weiter auszubauen.



”
Die Digitalisierung ermöglicht es uns, noch besser auf die Wünsche und individuellen Hautbedürfnisse unserer Konsument*innen* einzugehen.
 “

Oswald Barckhahn
Vorstandsmitglied



Mehr als

380.000

einzigartige

**Formel-
kombinationen**

DER BLICK ÜBER DEN TIEGELRAND



Nachhaltigkeit ist in den Badezimmern und den Hautpflegeroutinen von Konsument*innen angekommen. Refill-Konzepte und recyceltes Verpackungsmaterial ersetzen die klassische Einweg-Verpackung, feste Shampoos und Seifen machen diese sogar obsolet. Oft aber geht es bei Kosmetik nicht ohne Verpackung. Dann kommt es darauf an, diese so umweltverträglich wie möglich zu gestalten. In Zusammenarbeit mit langjährigen Partnern setzt Beiersdorf innovative Verpackungslösungen in die Tat um.



98 %
Inhaltsstoffe
natürlichen
Ursprungs



„
Langfristige vertrauensvolle
Partnerschaften sind essen-
ziell, um unsere ehrgeizigen
Nachhaltigkeitsziele in
die Tat umzusetzen.
 “

Thomas Ingelfinger
 Vorstandsmitglied

Ambitionierte Nachhaltigkeits-Ziele

Beiersdorf übernimmt Verantwortung - in der eigenen Wertschöpfungskette und darüber hinaus. Dafür hat sich das Unternehmen im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsagenda „Care Beyond Skin“ ambitionierte Ziele gesetzt. Eines wurde bereits erreicht: So sind alle NIVEA Produkte seit Ende 2021 zu 100 Prozent frei von Mikroplastik. Weitere Ziele sollen bis 2025 erreicht werden: Im Rahmen des „Plastic Pledge“ sollen alle Verpackungen wiederbefüllbar, wiederverwendbar oder recycelfähig sein. Außerdem will Beiersdorf einen Anteil von 30 Prozent recyceltem Material in allen Kunststoffverpackungen erreichen. Gleichzeitig soll der Anteil an erdölbasiertem Neuplastik in den Verpackungen um 50 Prozent reduziert werden. Im Sinne der Kreislaufwirtschaft reduziert sich somit die Abfallmenge, und Materialien werden so lange wie möglich weiterverwendet.

Branchenvorreiter für nachhaltige Verpackungen

Den anspruchsvollen Weg geht Beiersdorf mit starken strategischen Partnern. „Langfristige vertrauensvolle Partnerschaften sind essenziell, um unsere ehrgeizigen Nachhaltigkeitsziele in die Tat umzusetzen“, sagt Vorstandsmitglied Thomas Ingelfinger. Ein Beispiel sind die Verpackungen der NIVEA Naturally Good Gesichtspflegeserie¹. Anstelle von erdölbasiertem Plastik bestehen sie aus einem zertifizierten, erneuerbaren Polypropylen. Gemeinsam mit der Firma

¹ In Deutschland laufen die Pflegeprodukte der NIVEA Naturally Good Serie unter dem Namen „Natural Balance“.

50 %
Reduktion
von erdölbasiertem
Neuplastik bis
2025

30 %
absolute Reduktion
der Treibhausgasemissionen
in Scopes 1, 2 und 3 bis 2025
(vs. Basisjahr 2018)

30 %
Rezyklat
in Kunststoff-
verpackungen bis 2025
(vs. Basisjahr 2018)

Bis
2030
klimaneutrale
Produktionsstandorte

100 %
der Verpackungen
sind wiederbefüllbar,
wiederverwendbar oder
recycelfähig bis 2025



SABIC entwickelte Beiersdorf die Rohstoffbasis für den alternativen Kunststoff. Dieser besteht aus Tallöl, das als Nebenprodukt in der Forstwirtschaft anfällt. Optisch und haptisch lässt es sich von herkömmlichem Kunststoff praktisch nicht unterscheiden, schont aber fossile Ressourcen. In seinem breit aufgestellten Lieferanten-Netzwerk fand Beiersdorf auch den richtigen Partner für eine weitere Verpackungsinnovation im Aerosolsegment. Gemeinsam mit der Salford Valve Company Ltd. (Salvalco) entwickelte das Unternehmen sein erstes Deodorant mit einem nachhaltigeren Sprühventil: das NIVEA ECODEO. Die sogenannte Eco-Valve-Technologie ermöglicht die Verwendung von aus der Luft gewonnenem Stickstoff als Treibstoff anstelle von Butan-Treibmitteln, die aus Erdgas und Erdöl gewonnen werden. Das macht es bereits deutlich klimafreundlicher. Zudem hat das Deo durch das umweltfreundliche Treibmittel eine doppelt so hohe Ergiebigkeit, die den CO₂-Fußabdruck des Produkts zusätzlich senkt.

Umweltfreundlich ohne Qualitätskompromisse

Auch im Bereich Recycling setzt das Unternehmen bei gleichbleibender Qualität der Produkte neue Verpackungsstandards: Ausgangspunkt war die Zusammenarbeit von Beiersdorf und der Nussbaum Matzingen AG. Die Idee war, Aerosol-Dosen für Deodorants und Rasiergele aus 100 Prozent recyceltem Aluminium auf den Markt zu bringen. Denn: die Verarbeitung des recycelten Metalls verbraucht bis zu 95 Prozent weniger Energie als die Herstellung von neuem Aluminium. „Die Idee war



„
Unsere Produktionsstandorte sind ein wesentlicher Hebel, um unsere energiebezogenen Emissionen zu reduzieren.
 “

Harald Emberger

Mitglied des Executive Committee

**100 %
 recyceltes
 Aluminium**



vielversprechend, aber die Technologie für die Herstellung von Aerosol-Dosen aus dem Material recycelter Konsumgüter gab es noch nicht“, erklärt Packaging-Experte Alban Bourcier. „Die haben wir dann parallel entwickelt.“ Das Ergebnis der Kooperation ist bereits sichtbar: Seit Kurzem sind die ersten Aerosol-Dosen aus 100 Prozent recycelten Getränkedosen in Deutschland erhältlich, weitere europäische Länder sollen zeitnah folgen. Beiersdorf ist hierbei Branchenvorreiter. Sowohl die NIVEA MEN Deo Sprays als auch die NIVEA MEN Rasiergele erscheinen im neuen Recycling-Gewand. „Der Clou dabei ist, dass die Dosen mit weniger Material auskommen als vorher, denn das recycelte Aluminium ist widerstandsfähiger“, ergänzt Alban Bourcier. Im Vergleich zu den bisherigen NIVEA MEN Deo Sprays sorgen die nachhaltigeren Nachfolger für einen um 28 Prozent geringeren CO₂-Ausstoß – ohne dabei an Qualität oder Sicherheit einzubüßen. Die neuen Rasiergel-Aluminiumdosen verursachen sogar 35 Prozent weniger CO₂-Emissionen als die Vorgängervariante.

Emissionsreduktion auf allen Ebenen

Beiersdorf verfolgt auch beim Thema Emissionen einen ganzheitlichen Ansatz. So sollen die Treibhausgasemissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Scopes 1-3) um 30 Prozent bis 2025 absolut gesenkt werden. „Unsere Produktionsstandorte sind ein wesentlicher Hebel, um unsere energiebezogenen Emissionen zu reduzieren“, erklärt Harald Emberger, Mitglied des Executive Committee. Seit 2019 beziehen alle Produktions- und Bürostandorte weltweit 100 Prozent ihres Stroms aus regenerativen Energiequellen. Im Werk in Berlin wurde Anfang 2022 zudem auf Biogas umgestellt. Damit wird nun auch die direkt vor Ort erzeugte Heiz- und Prozesswärme für den Betrieb aus erneuerbaren Ressourcen gewonnen und klimaneutral produziert. Bis 2030 sollen alle Produktionsstätten weltweit klimaneutral betrieben werden.



WIR SIND BEIERSDORF

Die heutige Arbeitswelt ist vielfältig und unterliegt einem permanenten Wandel. Dabei liegt die Stärke eines Unternehmens im Zusammenhalt seiner Mitarbeitenden. Bei Beiersdorf arbeiten weltweit mehr als 20.000 Menschen, und das Wir-Gefühl hatte schon immer einen hohen Stellenwert. Basis dafür sind der respektvolle Umgang miteinander und die Fähigkeit, unterschiedlichen Themen aufgeschlossen gegenüberzutreten. Dass dies gelebte Realität ist, zeigt sich sowohl im Arbeitsalltag als auch in innovativen Zukunftsprojekten.

Weltweit beschäftigt Beiersdorf Menschen aus mehr als 100 Ländern. Allein im Bereich Global Procurement Marketing arbeiten 18 Nationalitäten zusammen. Das Team ist in alle strategischen Marketing-Entscheidungen weltweit eingebunden und deckt damit ein breites Aufgabenspektrum ab. In einem kurzen Interview beschreiben Nelli Louloudi, Director Global Procurement Marketing & Media, und Federico Caro Valero, Team Lead Procurement Creative, die Vorteile und Herausforderungen eines **interkulturellen Arbeitsumfelds**.

Was sind die Vorteile eines internationalen Teams?

Nelli Louloudi: Ich bin davon überzeugt, dass diverse und inklusive Teams der Schlüssel zum Erfolg für zukunftsweisende und innovative Ideen sind. Da wir weltweit agieren, ist ein diverser kultureller Hintergrund natürlich von Vorteil. Dennoch setzt sich unser Team nicht nur aus unterschiedlichen Kulturen zusammen, sondern auch aus verschiedenen Altersgruppen, Lebensweisen und Arbeitsmodellen. Wenn diese vielfältigen Perspektiven aufeinandertreffen, ist das nicht nur eine Quelle der Inspiration, sondern führt auch zu höherem Engagement und besserer Qualität.

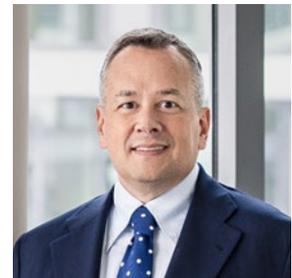
Wie begegnen Sie den Herausforderungen einer interkulturellen Arbeitsumgebung?

Nelli Louloudi: Offenheit und gegenseitiger Respekt sind wesentliche Voraussetzungen. Es gilt, eine sichere Umgebung zu schaffen, in der alle ihre Ideen offen präsentieren können und sich akzeptiert und wertgeschätzt fühlen.

Federico Caro Valero: Ich versuche immer, anderen gegenüber aufgeschlossen und unvoreingenommen zu sein. So vermeidet man Missverständnisse. Treffen außerhalb der Arbeit sind außerdem eine gute Gelegenheit, um eine Person wirklich kennenzulernen.

Was haben Sie von Ihren Teammitgliedern aus den unterschiedlichen Kulturen lernen können?

Federico Caro Valero: Eine ganze Reihe an nützlichen Eigenschaften. Vom deutschen Teil meines Teams habe ich gelernt, wie man erfolgreich organisiert. Meine US-amerikanischen Kolleg*innen haben mir eine gewisse Direktheit beigebracht, und die asiatischen, wie wichtig es ist, zuzuhören. Ich habe mir vieles davon angeeignet und es genutzt, um mich weiterzuentwickeln, ohne dabei meine Authentizität zu verlieren.



”
Teams mit diversen Mitgliedern, auch aus unterschiedlichen Ländern, bringen nachhaltigen Mehrwert für alle Mitarbeitenden und unser gesamtes Unternehmen.

“
Ramon A. Mirt
Vorstandsmitglied

New Work beschreibt die Transformation unserer Arbeitswelt – von Digitalisierung über Führung bis hin zu dem Bedürfnis nach sinnstiftender Arbeit. Mit seinem dynamischen Arbeitsplatzkonzept, das bereits an einigen Standorten Anwendung findet, hat Beiersdorf die Basis für seine zukünftige Arbeitswelt geschaffen. Was das konkret bedeutet, erklärt Marie Boden, Manager Campus & Projects bei Beiersdorf, im Kurzinterview.

Was genau ist dynamisches Arbeiten?

Marie Boden: Dynamisches Arbeiten stellt die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeitenden in den Fokus. So erfordert eine hohe Aufgabenvielfalt ein breites räumliches Angebot. Zudem haben Mitarbeitende unterschiedliche Präferenzen für Tagesabläufe. Genau darauf ist unser Konzept ausgelegt: ein vielseitiges und atmendes Bürodiesign – von Rückzugsräumen bis hin zu Creative Hubs –, smarte Technologien für Individual- und Teamarbeit sowie flexible Arbeitsgestaltung.

Was braucht man, um dynamisches Arbeiten erfolgreich umzusetzen?

Marie Boden: Eine zentrale Voraussetzung ist, dass sich die Mitarbeitenden auch mental auf die neuen Arbeitsweisen einlassen. Dafür haben wir Initiativen zu unterschiedlichen Themenfeldern wie digitale Arbeitsweisen oder Teamdynamik entwickelt, um alle Mitarbeitenden, besonders auch die Führungskräfte, frühzeitig und bestmöglich im Transformationsprozess zu begleiten.

In Hamburg entsteht derzeit der Beiersdorf Campus, wo dynamisches Arbeiten ab 2023 gelebte Realität wird. Was war bei der Planung besonders wichtig?

Marie Boden: Wir haben von Beginn an einen partizipativen Ansatz verfolgt und unsere Mitarbeitenden über Workshops, Umfragen und Events aktiv in die Ausgestaltung mit einbezogen. Diese Investition lohnt sich. Wir werden einen Ort schaffen, der Arbeits- und Lebensqualität in einem hohen Maß verbindet – von innovativer Flächengestaltung über ein breites Sportangebot bis hin zu vielfältigen Serviceleistungen, die den Alltag der Belegschaft erleichtern und bereichern.



”
Beiersdorf lebt und liebt die Wir-Kultur. Das betonen auch unsere neuen Bürowelten. Sie sind einladende und inspirierende Orte des Zusammentreffens und der interdisziplinären Kollaboration.

“
Zhengrong Liu
Vorstandsmitglied



Cone
20

Good + Good

Good + Good

2000
2000

SEIT 1882 STEHT DER NAME BEIERSDORF FÜR INNOVATIVE UND HOCHWERTIGE HAUTPFLEGE

Der Erfolg von Beiersdorf basiert auf einem starken Portfolio international führender Marken. Mit ihnen überzeugen wir Tag für Tag Millionen von Menschen auf der ganzen Welt. Unsere Marken zeichnen sich durch eine hohe Innovationskraft, ausgezeichnete Qualität sowie eine besondere Nähe zu unseren Verbraucher*innen aus. Indem wir schnell und flexibel Antworten auf regionale Bedürfnisse geben, gewinnen wir die Herzen der Verbraucher in nahezu allen Ländern weltweit. Unsere Haut- und Körperpflegemarken bilden den Schwerpunkt unseres erfolgreichen Markenportfolios - mit ihnen bedienen wir ganz unterschiedliche Märkte: mit NIVEA den Massenmarkt, mit Eucerin den Markt der Dermokosmetik und mit La Prairie den Markt der Selektivkosmetik.

Darüber hinaus ist Beiersdorf mit den Marken Hansaplast und Elastoplast im Bereich der Pflaster- und Wundversorgung weltweit präsent. Namhafte Marken wie Aquaphor, Coppertone, Chantecaille, Labello, 8x4, arix, Hidrofugal, Maestro oder Florena ergänzen unser breites Portfolio im Unternehmensbereich Consumer. Mit der Marke tesa, die seit 2001 durch den gleichnamigen, eigenständigen Teilkonzern von Beiersdorf geführt wird, bieten wir hochinnovative, selbstklebende System- und Produktlösungen für Industrie- und Gewerbekunden sowie für Endverbraucher*innen an.



An die Aktionär*innen

Seite 25 - 34

- S. 26 Brief des Vorstandsvorsitzenden
- S. 30 Beiersdorf Aktie und Investor Relations
- S. 32 Bericht des Aufsichtsrats

Liebe Aktionär*innen, liebe Leser*innen,

das vergangene Geschäftsjahr war für uns in vielerlei Hinsicht außergewöhnlich und anspruchsvoll, aber schlussendlich vor allem auch erfolgreich. Beiersdorf hat 2021 wieder ein sehr gutes Jahr mit starkem Wachstum zurückgelegt – trotz andauernder Turbulenzen im Zusammenhang mit Corona. Auch für mich persönlich war dieses Jahr ein besonderes. In meinem ersten Jahr als CEO von Beiersdorf wurde ich darin bestätigt, zu welch großartigen Leistungen unsere globale Beiersdorf Familie im Stande ist und wie sie in schwierigen Zeiten über sich hinauswächst und zusammenhält. Dieser besondere Einsatz macht mich stolz und zeigt, dass wir auch in Krisenzeiten ein zuverlässiger Partner für all unsere Stakeholder*innen sind.

Zukunftsorientierte Investments während der Pandemie

Im zweiten Jahr der COVID-19-Pandemie haben wir unser Unternehmensprofil weiter geschärft und die Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ konsequent weiter umgesetzt. Unsere Investitionen und unsere strategische Fokussierung auf die Bereiche Nachhaltigkeit, Innovation, Digitalisierung und Wachstum zahlen sich bereits jetzt schon nachweislich aus: Wir überzeugen unsere Konsument*innen mit nachhaltigen Hautpflegeinnovationen und setzen uns damit in einem herausfordernden Marktumfeld durch. Wir bauen unser E-Commerce-Geschäft weiter aus und sorgen dafür, dass wir unsere Verbraucher*innen digital und überall erreichen. Wir erschließen Wachstumspotenziale – zum Beispiel durch den Zukauf der US-amerikanischen Prestige-Kosmetikmarke Chantecaille. Und wir investieren in ein hochmodernes, effizientes und nachhaltiges globales Produktions- und Logistiknetzwerk – allem voran in unseren neuen Standort in Leipzig-Seehausen.

Starke Geschäftsentwicklung über Vorkrisenniveau

Mit diesen Investitionen in unser strategisches Programm haben wir das herausfordernde Momentum im abgelaufenen Geschäftsjahr genutzt und zugleich bedeutende Fortschritte in unseren strategischen Schwerpunktbereichen erzielt. Gleichzeitig haben wir auf diese Weise die erfolgreiche Entwicklung von Beiersdorf fortgesetzt und unsere Prognose für das Geschäftsjahr voll erfüllt. Dies spiegelt sich auch in unseren Geschäftszahlen wider: 2021 steigerte Beiersdorf den Konzernumsatz mit 7.627 Mio.€ (2020: 7.025 Mio.€) nominal um 8,6% und organisch um 9,7%. Damit haben wir das Vorkrisenniveau übertroffen und weltweit Marktanteile hinzugewonnen. Das betriebliche Ergebnis (EBIT) ohne Sondereffekte stieg von 906 Mio.€ im Jahr 2020 auf 993 Mio.€ im Berichtsjahr. Die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag bei 13,0% (2020: 12,9%). Trotz stark steigender Material- und Transportkosten konnten wir unsere Bruttomarge stabil halten, welches auch unsere Profitabilität in einem schwierigen Umfeld unterstützt hat.

Der Unternehmensbereich Consumer erzielte ein organisches Umsatzwachstum von 8,8%, nominal stieg der Umsatz um 7,5% von 5.700 Mio.€ im Vorjahr auf 6.129 Mio.€. Die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte für den Bereich Consumer lag bei 12,1% (2020: 12,3%).

Unser tesa Geschäft blickt auf ein äußerst erfolgreiches Jahr 2021 zurück. Der Umsatz von tesa stieg organisch um 13,6%, nominal erhöhte sich der Umsatz damit von 1.325 Mio.€ im Vorjahr um 13,1% auf 1.498 Mio.€. tesa erreichte eine EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte von 16,9% (2020: 15,4%). Der Bereich Direct Industries verzeichnete ein zweistelliges Umsatzwachstum, getrieben durch ein erfolgreiches Geschäft in der Unterhaltungselektronik (Smartphones und Tablets), aber auch unterstützt durch eine starke Erholung in der Automobilindustrie, wo tesa innovative Anwendungen im Bereich der E-Mobilität anbieten konnte. Im Bereich Trade Markets konnte vor allem das Geschäft Consumer & Craftsmen nach einem bereits erfolgreichen Vorjahr erneut wachsen, angetrieben durch ein anhaltend starkes Wachstum in den digitalen Vertriebskanälen.

Care Beyond Skin als gelebtes Unternehmensleitbild

Care Beyond Skin drückt unseren Purpose und unsere ganzheitliche Verantwortung für die Menschen, für die Gesellschaft und für die Umwelt aus. Ich bin sehr stolz auf die vielfältigen Initiativen, die wir im Jahr 2021 unter Care Beyond Skin umgesetzt haben. Dazu gehören unter anderem unsere globale Impfinitiative für unsere Mitarbeitenden und ihre Angehörigen, unser gemeinsames Engagement mit den NGOs Plan International, CARE und Ashoka, um Mädchen weltweit zu stärken, und die Einführung der ersten klimaneutralisierten NIVEA Produkte. Ergänzend dazu haben wir unser ambitioniertes Klimaziel und die Reduktion unserer CO₂-Emissionen mit höchster Priorität vorangetrieben. Bis 2025 wollen wir eine absolute Reduktion der energiebezogenen Scope 1-, 2- und 3-Emissionen um 30% (im Vergleich zu 2018) erreichen. Auch bei unseren Produktionsstätten erreichen wir wichtige Fortschritte: Unser Berliner Werk, die Beiersdorf Manufacturing Berlin (BMB), produziert seit Januar 2022 als erstes Werk im Beiersdorf Produktionsnetzwerk nahezu klimaneutral (bezogen auf die Scope 1- und 2-Emissionen). Bis 2030 wollen wir für alle Produktionsstätten das Ziel der Klimaneutralität erreichen.

Mit Innovationen und digitalen Lösungen überzeugen

Für uns bei Beiersdorf stehen heute alle Zeichen auf Zukunft. Daher investieren wir im Kontext unserer Strategie C.A.R.E.+ in den nächsten Jahren zusätzliche 300 Millionen Euro in die Bereiche Digitalisierung, Nachhaltigkeit und in Wachstumsmärkte. Mit der jüngsten Akquisition von Chantecaille erweitern wir unser Portfolio in der Premium-Hautpflege rund um La Prairie und stärken unsere Präsenz, insbesondere in den USA, China und Südkorea. Auch die Digitalisierung werden wir in den nächsten Monaten weiter forcieren. Ein gutes Produkt allein reicht nicht mehr aus – unsere Konsument*innen erwarten individuelle Lösungen und innovative digitale Lösungen, die ihnen ein einzigartiges Erlebnis und vor allem einen echten Mehrwert bieten. Und das auf natürliche Art und Weise genau dort, wo sich unsere Konsument*innen



Vincent Warnery
Vorsitzender des Vorstands

aufhalten: im digitalen Raum. Wir investieren daher gezielt in die Entwicklung personalisierter, hochwertiger Hautpflegeinnovationen - ob mit eigenen Marken oder mit Investments in Start-ups wie dermanostic, das im strategisch wichtigen Feld „Digital Health“ Verbraucher*innen dermatologische Diagnosen und Beratungen per App anbietet.

NIVEA als globale Marke stärken

Unsere Marken Eucerin, Hansaplast und La Prairie sind global sehr erfolgreich. In den vergangenen Jahren haben wir hier ein neues Geschäftsmodell umgesetzt, das die globale Präsenz stärkt. Dadurch wurden die Entwicklung und die Vermarktung von sehr erfolgreichen Produktinnovationen wie Thiamidol vorangetrieben. Außerdem haben wir unsere Marken online und offline besser positioniert. Das führte bei allen drei Marken zu einem zweistelligen Wachstum, trotz der wirtschaftlichen Herausforderungen der vergangenen Jahre. Einen ähnlichen Ansatz möchten wir nun für unsere Kernmarke NIVEA verfolgen. Wir werden uns in den nächsten Monaten und Jahren darauf konzentrieren, weniger, aber dafür bessere und größere Produkteinführungen, Innovationen und Kampagnen umzusetzen. Wir müssen mit unseren Marken die Wünsche der Verbraucher*innen wecken, deren Erwartungen befriedigen und dabei schneller bessere Innovationen entwickeln. Besonders bei unserer Markenkönigin NIVEA starten wir das neue Jahr mit einem überarbeiteten Geschäftsmodell, das NIVEA zu einer noch globaleren, digitaleren und nachhaltigeren Marke entwickeln wird.

Für das vor uns liegende Jahr 2022 sind meine Vorstandskolleg*innen und ich davon überzeugt, dass wir die richtigen Mitarbeitenden, die richtige Strategie, die richtigen Marken und die richtige Motivation haben, um dieses Jahr zu einem weiteren erfolgreichen Jahr für Beiersdorf zu machen.

Zu guter Letzt möchte ich im Namen des Vorstands bei unseren über 20.000 Mitarbeitenden bedanken. Ihr außergewöhnliches Engagement und ihre Kompetenz führen dazu, dass uns unsere Konsument*innen großes Vertrauen entgegenbringen. Darüber hinaus gilt mein Dank auch unseren Verbraucher*innen, allen Geschäftspartner*innen und Ihnen, verehrte Aktionär*innen. Sie haben Ihr Vertrauen in unsere Arbeit gesetzt und damit eine wichtige Basis für unsere positive Entwicklung geschaffen. Ich danke Ihnen für diese Unterstützung und freue mich, dass Sie uns auf unserem Weg begleiten.

Ihr

Vincent Warnery
Vorsitzender des Vorstands

Unser Management Team





vlnr.

Thomas Ingelfinger // Europe (bis 31.12.2021)

Zhengrong Liu // Human Resources

Oswald Barckhahn // Europe, USA & Canada

Grita Loeb sack // NIVEA

Patrick Rasquinet // Pharmacy & Selective

Vincent Warnery // CEO

Astrid Hermann // Finance, tesa SE

Ramon A. Mirt // Emerging Markets

Dr. Gitta Neufang // VP Research & Development

Harald Emberger // VP Supply Chain, Quality Management

Beiersdorf Aktie und Investor Relations

Die Entwicklung der Kapitalmärkte war 2021 geprägt vom Kampf gegen die COVID-19-Pandemie und deren Auswirkungen auf die globale Wirtschaft. Während das erste Halbjahr von fortschreitenden Impfkampagnen und damit der Hoffnung auf eine Normalisierung des täglichen Lebens bestimmt wurde, gerieten im zweiten Halbjahr Engpässe in den weltweiten Lieferketten und stark steigende Rohstoffpreise in den Fokus. Zum Ende des zweiten Halbjahres rückten außerdem zunehmend Sorgen über die Ausbreitung neuer Virus-Varianten in den Vordergrund.

Nachdem das globale wirtschaftliche Wachstum im Jahr 2020 signifikant rückläufig gewesen war, konnte im Berichtsjahr eine deutliche Erholung verzeichnet werden. Wie in vielen Industrienationen trieben Nachholeffekte auf Konsument*innenseite und damit einhergehende starke Anstiege der Auftragseingänge das Wirtschaftswachstum auch in China zum Jahresbeginn kräftig an. China konnte wie im vorigen Jahr durch gezielte und weitgehende Maßnahmen die Pandemie erfolgreich eindämmen und insbesondere im Onlinehandel stark wachsen. Dennoch wurde das Wachstum sowohl dort als auch in anderen großen Industrienationen im weiteren Verlauf des Jahres gebremst. Der starke Nachfrageanstieg führte auch zur zeitweisen Überlastung der Lieferketten und erzeugte Nachfrageschocks auf Rohstoffmärkten. Zum kritischen Engpass wurde in diesem Zusammenhang die Knappheit von Halbleitern, die das Grundgerüst in vielen Industrien darstellen. Insgesamt führte diese Entwicklung zu hohen Material- und Transportkosten, auch im Kosmetikbereich.

Eine ähnliche Entwicklung ließ sich auch in anderen großen Industrienationen wie den USA beobachten. Nach der Amtseinführung von Präsident Biden und getrieben vom Optimismus im Kampf gegen die Pandemie konnten die wichtigsten Indizes wie der S&P 500 und der Dow Jones zu Beginn des Jahres rasch neue Höchststände erreichen. Im zweiten Teil des Jahres beruhigten sich die Kapitalmärkte zunehmend, und neben steigenden Rohstoffpreisen und Lieferkettenproblemen rückten Inflations Sorgen in den Fokus der Anleger*innen. Die Federal Reserve kündigte zeitgleich einen stufenweisen Abbau der Investitionen in Unternehmensanleihen an und stellte einen mehrjährigen Plan zur Zinsanhebung vor, der die Euphorie an den Kapitalmärkten deutlich abschwächte.

In Europa dominierten die gleichen wirtschaftlichen Themen und Diskussionen, in Deutschland zudem verbunden mit der Berichterstattung über die Bundestagswahlen im Herbst. Ebenso wie die Indizes in den USA zog der DAX am Jahresanfang schnell an und erreichte neue Rekordstände. Mit Beginn des zweiten Halbjahres und der einsetzenden Diskussion um neue Infektionswellen durch Mutationen des Coronavirus kam dieser Aufschwung jedoch ins Stocken. Gleichwohl beendete der DAX mit 15.885 Punkten das Jahr 2021 weit über dem Schlusskurs des Jahres 2020.

Die Beiersdorf Aktie durchlief ein volatiles Jahr 2021. Bei der Präsentation der Jahresergebnisse am 17. Februar 2021 kündigte der Vorstand im Rahmen der Strategie C.A.R.E.+zusätzliche Investitionen in Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Wachstumsmärkte an. Die damit verbundenen Rentabilitätseffekte in den kommenden Jahren wurden vom Kapitalmarkt zunächst verhal-

ten aufgenommen. Im Laufe des ersten Quartals sank die Marktkapitalisierung im Free Float - einer der Hauptfaktoren der Mitgliedschaft im DAX - und führte nach mehr als zwölf Jahren zum Ausscheiden unserer Aktie aus dem Index der 30 größten deutschen börsennotierten Unternehmen. Durch gute Fortschritte der Impfprogramme und die Aussicht auf eine Normalisierung des täglichen Lebens gab es zur Mitte des Jahres eine starke Erholung in unseren Verkaufszahlen. Auf Basis starker Halbjahresergebnisse stieg unsere Aktie wieder deutlich über die Marke von 100 Euro. Mit Beginn des zweiten Halbjahres verschob sich der Fokus jedoch auf globale Lieferkettenprobleme und steigende Rohstoffpreise. Die Unsicherheit über die Auswirkungen auf die Margen setzte den HPC-Sektor (Home and Personal Care) insgesamt unter Druck. Unabhängig von diesen Entwicklungen wurde Beiersdorf Ende Oktober bei einem außerplanmäßigen Wechsel im DAX als zuerst nachrückendes Unternehmen wieder in den Leitindex aufgenommen, der im September von 30 auf 40 Unternehmen erweitert wurde.

In der Kommunikation mit dem Kapitalmarkt standen neben der Pandemie und deren Auswirkungen auf den Geschäftsverlauf insbesondere die Vorstellung von Vincent Warnery als neuem CEO und von Astrid Hermann als neuer CFO im Vordergrund. Auf virtuellen Roadshows und Konferenzen erläuterte der Vorstand, wie das Geschäftsmodell von Beiersdorf weiterentwickelt wird und das Investitionsprogramm von C.A.R.E.+ die Nutzung von Marktchancen ermöglicht.

Die ordentliche Hauptversammlung fand dieses Jahr erneut virtuell in der Firmenzentrale in Hamburg statt. Am 1. April 2021 nahmen rund 270 Aktionär*innen online an der Hauptversammlung teil. Neben der Möglichkeit einer Onlineabstimmung konnten erstmals auch Fragen der Aktionär*innen in Echtzeit über die digitale Plattform gestellt werden.

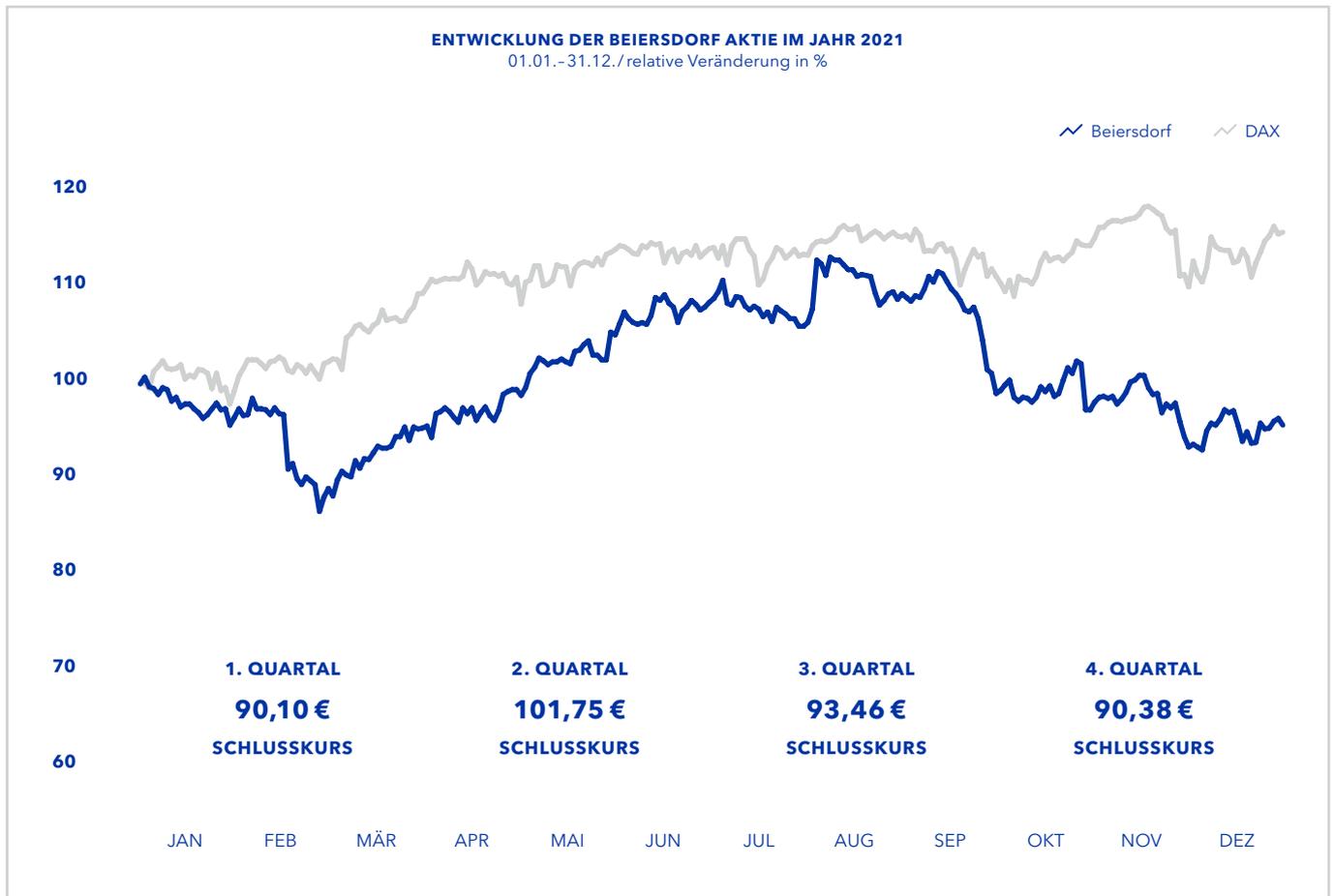
25 Finanzanalyst*innen publizierten im Berichtsjahr regelmäßig Studien über Beiersdorf. Im Laufe des Jahres nahm die Zahl der Kaufempfehlungen stetig zu. Innerhalb eines Marktumfelds, das im vierten Quartal durch die Sorgen über eine weitere Corona-Welle dominiert wurde, entwickelte sich der Kurs unserer Aktie gedämpft mit einer Jahresperformance von -4,3%, der Schlusskurs wurde bei 90,38 Euro notiert.

Weitere Informationen zur Beiersdorf Aktie unter www.beiersdorf.de/aktie.

Weitere Informationen zu Investor Relations unter www.beiersdorf.de/investoren.

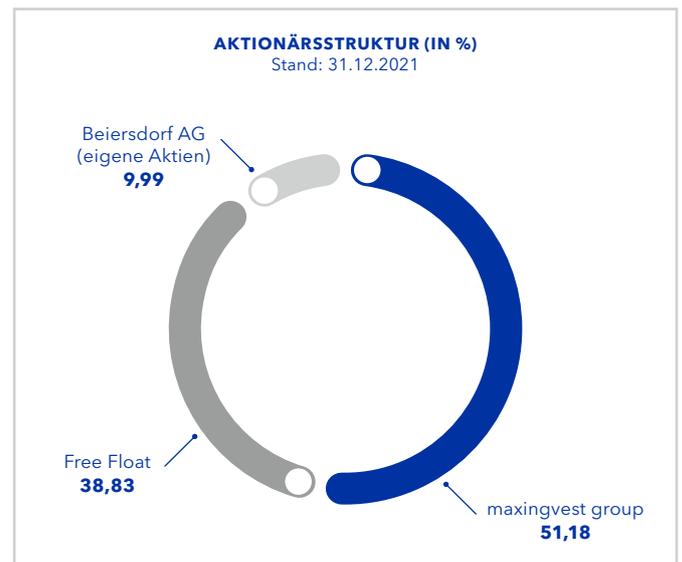
KENNZAHLEN ZUR AKTIE

		2020	2021
Ergebnis je Aktie zum 31.12.	(in €)	2,47	2,81
Marktkapitalisierung zum 31.12.	(in Mio.€)	23.799	22.776
Schlusskurs zum 31.12.	(in €)	94,44	90,38
Höchstschlusskurs	(in €)	107,70	106,95
Tiefstschlusskurs	(in €)	82,82	81,90



AKTIENSTAMMDATEN

Firmenname	Beiersdorf Aktiengesellschaft
Beginn der Börsennotierung	1928
WKN	520000
ISIN	DE0005200000
Börsenplätze	Amtlicher Markt: Frankfurt/Main und Hamburg
	Freiverkehr: Berlin, Düsseldorf, Hannover, München und Stuttgart
Anzahl der Aktien	252.000.000
Grundkapital in €	252.000.000
Gattung	Nennwertlose Inhaberstammaktien
Marktsegment/Index	Prime Standard/DAX
Börsenkürzel	BEI
Reuters	BEIG.DE
Bloomberg	BEI GR



Bericht des Aufsichtsrats

Sehr geehrte Aktionär*innen,

im Geschäftsjahr 2021 nahm der Aufsichtsrat seine Aufgaben gemäß Gesetz, Deutschem Corporate Governance Kodex, Satzung und Geschäftsordnung wahr. Er überwachte den Vorstand und beriet ihn insbesondere zu seiner C.A.R.E.+ -Strategie und zu Unternehmensplanung, Rechnungslegung, Geschäftsverlauf, Lage und Aussichten der Gesellschaft, Risikomanagement, internem Kontrollsystem und Compliance. Der Vorstand erstattete in und zwischen den Aufsichtsratsitzungen regelmäßig schriftlich und mündlich Bericht, insbesondere zu bedeutenden Vorfällen und Entwicklungen im Geschäft und Markt. Der Aufsichtsrat berücksichtigte und besprach auch externe Beurteilungen und Entwicklungen der guten Unternehmensführung im In- und Ausland. Aufgrund der andauernden Auswirkungen der weltweiten COVID-19-Pandemie hielt der Aufsichtsrat seine Sitzungen weiterhin auch virtuell ab.

Die Schulung zu neuen gesetzlichen Regelungen behandelte Lieferkettengesetz, CSR-Berichterstattung und Auswirkungen des Finanzmarktintegritätsstärkungsgesetzes (FISG).

Die Teilnahmequote der Aufsichtsratsmitglieder an den Sitzungen betrug im Plenum 92,5 %, im Präsidialausschuss 95 %, in Prüfungs- und Finanzausschuss 100 % sowie im Personalausschuss ca. 83,33 %. Soweit Mitglieder nicht an allen Sitzungen teilnahmen, betrug die Teilnahmequote im Plenum für Wolfgang Herz, Jan Koltze, Prof. Manuela Rousseau und Kirstin Weiland 9/10, für Dr. Dr. Christine Martel 8/10 und für Hong Chow 7/10, im Präsidialausschuss für Prof. Manuela Rousseau 4/5 und im Personalausschuss für Kirstin Weiland 2/3 und für Prof. Dr. Reinhard Pöllath 1/3. Es gab keine Anhaltspunkte für Interessenkonflikte von Vorstands- oder Aufsichtsratsmitgliedern. Regina Schillings legte ihr Amt mit Wirkung zum Ablauf der Hauptversammlung am 1. April 2021 nieder, als Ersatzmitglied rückte Andreas Köhn in den Aufsichtsrat auf.

Die Sitzungen von Plenum und Ausschüssen wurden zwischen Vorstand und Aufsichtsrat eingehend vor- und nachbereitet sowie mit und zwischen Mitgliedern des Aufsichtsrats vor- und nachbesprochen. Für Entwürfe, Unterlagen und Kommentare gibt es eine geschützte elektronische Plattform für die Mitglieder des Aufsichtsrats und Hilfspersonen.

Hauptanliegen des Aufsichtsrats bleibt die Unterstützung der Vorstandsstrategie C.A.R.E.+ zum dauerhaften Wachstum von Geschäft und Wert des Unternehmens durch wahrnehmbaren Nutzen der Verbraucher*innen, insbesondere mithilfe des Vergütungssystems und Investitionen in Forschung, globale Produkteinführungen, Marktnähe, Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Diversität. Das heute zu tun, sichert Erfolg und Zukunft des Unternehmens.

Aufsichtsratsplenum

Der Aufsichtsrat tagte zehn Mal. Regelmäßige Themen waren die strategische Ausrichtung des Unternehmens, Geschäftsentwicklung, Zwischenabschlüsse, Compliance, Vorstandsangelegenheiten und wichtige Einzelvorgänge. Beschlussvorschläge wurden eingehend geprüft und diskutiert. An den Sitzungen des Aufsichtsrats nahmen in der Regel alle Mitglieder des

Vorstands teil. Ein Teil jeder Sitzung fand nur unter den Mitgliedern des Aufsichtsrats statt. Nach dem Themenkalender konzentrierten sich die Sitzungen am Jahresanfang auf den Jahresabschluss des Vorjahrs. In den (zum Teil außerordentlichen) Sitzungen in der Jahresmitte beschäftigte sich der Aufsichtsrat mit Vorstandspersonalien und der strategischen Ausrichtung des Unternehmens. Die Sitzungen am Jahresende konzentrierten sich auf die Planung für das Folgejahr und auf Investitionsprojekte. Ein Schwerpunkt während des gesamten Geschäftsjahres war erneut die weltweite COVID-19-Pandemie mit ihren Auswirkungen auf Kund*innen und Unternehmen.

Am **29. Januar 2021** erörterte der Aufsichtsrat die Erreichung der Ziele des Vorstands für das Geschäftsjahr 2020 und setzte die Gesamtvergütung der Vorstandsmitglieder fest. Zudem befasste er sich intensiv mit den Geschäftszahlen für das Geschäftsjahr 2020.

Am **12. Februar 2021** beschäftigte sich der Aufsichtsrat mit der Geschäftsentwicklung 2021 und umfassend mit der Entwicklung der Marktanteile 2020. Hierbei wurden unter anderem die weiterhin spürbaren Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Gesamtmarkt sowie die Entwicklung im Online- und im Derma-Geschäft besprochen. Der Vorstand berichtete zu seinen strategischen Prioritäten (u.a. Nachhaltigkeit, Diversität, Digitalisierung) und zu Alternativszenarien für die Jahresplanung 2021. Der Aufsichtsrat befasste sich intensiv mit den weitgehend finalen Abschlussunterlagen und ließ sich vom Abschlussprüfer zu inhaltlichen Schwerpunkten der vorläufigen Prüfung berichten. Der Aufsichtsrat beschloss, der Hauptversammlung am 1. April 2021 das zuvor abgestimmte Vergütungssystem für die Mitglieder des Aufsichtsrats vorzulegen. Er befasste sich intensiv mit der Tagesordnung sowie den Beschlussvorschlägen für die (erneut virtuelle) Hauptversammlung am 1. April 2021.

In einer außerordentlichen Sitzung am **16. Februar 2021** billigte der Aufsichtsrat das Vergütungssystem für die Mitglieder des Vorstands und die finalisierte Jahresplanung 2021 nach ausführlicher Diskussion. Nach einem Bericht des Abschlussprüfers über die abgeschlossene Prüfung und erneuter Besprechung billigte der Aufsichtsrat Jahres- und Konzernabschluss sowie den zusammengefassten Lagebericht für AG und Konzern einschließlich der zusammengefassten Nichtfinanziellen Erklärung der AG und des Konzerns und stellte damit den Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2020 fest. Er erörterte die Berichte des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen, die übernahmerechtlichen Angaben sowie die Erklärung zur Unternehmensführung und verabschiedete den Bericht des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung und den Vergütungsbericht für das Geschäftsjahr 2020. Der Aufsichtsrat billigte die Tagesordnung und die Beschlussvorschläge für die Online-Hauptversammlung am 1. April 2021.

Am **1. April 2021** erörterte der Aufsichtsrat einen Bericht des Vorstands zu Umsatz- und Marktanteilsentwicklungen im laufenden Geschäftsjahr nach Produktkategorien und Regionen sowie zu Neueinführungen im ersten Quartal. Zudem befasste sich der Aufsichtsrat mit Inhalten und Abläufen der anstehenden Online-Hauptversammlung, insbesondere mit den erweiterten Beteiligungsmöglichkeiten der Aktionär*innen.

Nach der Hauptversammlung am 1. April 2021 fanden Ergänzungswahlen zu Aufsichtsratsausschüssen statt, und der Aufsichtsrat stimmte der Investition in ein neues Warenlager für Zentraleuropa zu. Er beschloss die Erteilung der Prüfungsaufträge für die Prüfung der Abschlüsse für das Geschäftsjahr 2021 und die prüferische Durchsicht des Halbjahresfinanzberichts 2021. Er hob die Bestellung der Vorstandsmitglieder Dessi Temperley und Asim Naseer mit deren Einvernehmen jeweils zum Ablauf des 5. April 2021 auf.

In einer außerordentlichen Sitzung am **27. April 2021** hob der Aufsichtsrat im Einvernehmen mit Stefan De Loecker dessen Ernennung zum Vorstandsvorsitzenden mit Wirkung zum Ablauf des 30. April 2021 auf. Seine Bestellung zum Vorstandsmitglied wurde einvernehmlich mit Wirkung zum Ablauf des 30. Juni 2021 aufgehoben. Der Aufsichtsrat ernannte Vincent Warnery mit Wirkung zum 1. Mai 2021 zum Vorstandsvorsitzenden und verlängerte seine Bestellung als Mitglied des Vorstands um fünf Jahre. Zudem beschloss er eine Änderung des Geschäftsverteilungsplans für den Vorstand.

In einer außerordentlichen Sitzung am **28. Juni 2021** bestellte der Aufsichtsrat Patrick Rasquinet mit Wirkung zum 1. Juli 2021 zum Vorstandsmitglied für das Ressort Pharmacy & Selective. Oswald Barckhahn wurde mit Wirkung zum 15. Oktober 2021 zum Vorstandsmitglied bestellt.

Am **31. August 2021** billigte der Aufsichtsrat die vom Vorstand vorgelegte Mehrjahresplanung. Auf dieser Grundlage legte er im Rahmen des von der Hauptversammlung gebilligten Vergütungssystems die Ziele für die langfristige Vergütung des Vorstands im Planungszeitraum fest. Er befasste sich mit der vom Vorstand präsentierten aktuellen Geschäftsentwicklung und einem Ausblick auf das Gesamtjahr 2021. Schwerpunkte bildeten dabei die Finanzkennzahlen für den Gesamtkonzern und seine Geschäftsbereiche sowie Entwicklungen bei Marktanteilen, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und im China-Geschäft. Zudem diskutierte der Aufsichtsrat eine umfassende Präsentation des Vorstands zu strategischen Initiativen für die Zukunft des Unternehmens. Er entschied über Veränderungen bei der Besetzung der Ausschüsse und bestellte den externen Prüfer für die Nichtfinanzielle Erklärung 2021.

In einer außerordentlichen Sitzung am **25. Oktober 2021** bestellte der Aufsichtsrat Grita Loeb sack mit Wirkung zum 1. Januar 2022 zum Vorstandsmitglied für den Bereich NIVEA.

Am **30. November 2021** erörterte der Aufsichtsrat die Geschäftsentwicklung des Konzerns bis Ende Oktober 2021 sowie einen Ausblick auf den Jahresabschluss 2021 und die voraussichtlich zu erwartenden wirtschaftlichen Kennzahlen. Er ließ sich vom Vorstand zu verschiedenen strategischen Initiativen berichten und billigte die vom Vorstand vorgestellte Jahresplanung für den Unternehmensbereich Consumer sowie die vorläufige Jahresplanung des Gesamtkonzerns für das Geschäftsjahr 2022. Des Weiteren erteilte der Aufsichtsrat seine Zustimmung zu einer Reihe von Investitionsprojekten. Der Aufsichtsrat legte die Ziele und Zielgesamtvergütung für die Mitglieder des Vorstands für das Geschäftsjahr 2022 fest und bestätigte deren Angemessenheit. Er beschloss eine Änderung des Geschäftsverteilungsplans ab 2022 und die Entsprechenserklärung für das Geschäftsjahr 2021 gemäß Deutschem Corporate Governance Kodex, die Erneuerung der Ziele für seine Zusammensetzung und des Kompetenzprofils, Anpassungen der Geschäftsordnungen für Aufsichtsrat und Vorstand und die Zustimmung zum Erwerb von Chantecaille.

Im **Februar 2022** erörterte der Aufsichtsrat die Erreichung der Ziele des Vorstands für das Geschäftsjahr 2021 und beschloss die Gesamtvergütung. Er billigte den Jahres- und Konzernabschluss sowie die dazugehörigen Berichte und stimmte den Beschlussvorlagen zur Hauptversammlung am 14. April 2022 zu.

Ausschüsse

Der Aufsichtsrat bereitet seine Arbeit in sechs **Ausschüssen** vor; in Einzelfällen können sie anstelle des Aufsichtsrats entscheiden. Die Ausschussvorsitzenden berichteten dem Aufsichtsrat regelmäßig und ausführlich über die Ausschussarbeit. **Vermittlungs- und Nominierungsausschuss** traten im Geschäftsjahr 2021 nicht zusammen.

Der **Präsidialausschuss** (fünf Sitzungen) befasste sich mit der Geschäftsentwicklung, der Vorstandsvergütung und anderen Vorstandsangelegenheiten sowie mit einzelnen bedeutenden Geschäftsvorfällen und Investitionsvorhaben. Er bereitete die Plenumsitzungen vor und nach.

Der **Prüfungsausschuss** (acht Sitzungen) behandelte insbesondere die Vorprüfung der Jahres- und Zwischenabschlüsse sowie des zusammengefassten Lageberichts, den Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands, die Unabhängigkeit und Beauftragung des Abschlussprüfers, Schwerpunkte der Abschlussprüfung und gesetzliche Neuerungen bei der Abschlussprüfung. Er machte dem Aufsichtsrat einen Vorschlag für die Wahl des Abschlussprüfers durch die Hauptversammlung und ließ sich vom Abschlussprüfer über die wesentlichen Ergebnisse der Abschlussprüfung sowie der prüferischen Durchsicht des Halbjahresberichts 2021 und andere Prüfungsthemen informieren. Der Ausschuss befasste sich zudem mit Inhalt und Prüfung der zusammengefassten Nichtfinanziellen Erklärung. Der Ausschuss, an dessen Sitzungen zu Prüfungsthemen auch der Abschlussprüfer teilnahmen, befasste sich regelmäßig mit der Geschäftsentwicklung, insbesondere auch Coppertone sowie Auswirkungen der weltweiten COVID-19-Pandemie. Weitere Gegenstände regelmäßiger Diskussion waren Risikomanagement und internes Kontrollsystem (einschließlich relevanter Prüfungssachverhalte), der Umfang der durch den Abschlussprüfer durchgeführten Nichtprüfungsleistungen und Nachhaltigkeitsthemen.

Der **Finanzausschuss** (vier Sitzungen) beschäftigte sich insbesondere mit den Kapitalanlagen und der Anlagestrategie für die Zahlungsmittelbestände und regelmäßig und detailliert mit dem Compliance Management einschließlich Product Compliance Consumer, tesa und La Prairie.

Der **Personalausschuss** (drei Sitzungen) befasste sich mit der langfristigen Planung zur Besetzung von Positionen im und unterhalb des Vorstands. Er begrüßte die getroffenen und weitere Maßnahmen im Unternehmen zu Diversität und Inklusion und ließ sich umfassend anhand von Leistungskennzahlen über die erzielten Fortschritte berichten.

Abschlüsse und Abschlussprüfung

Der Jahresabschluss wird nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuchs aufgestellt, der Konzernabschluss nach den Grundsätzen der International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, und unter Berücksichtigung der anwendbaren Interpretationen des IFRS Interpretations Committee sowie nach den ergänzend anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften. Der **Abschlussprüfer** prüfte den **Jahres-**

abschluss und den **Konzernabschluss 2021** und den zusammengefassten Lagebericht von AG und Konzern sowie die zusammengefasste **Nichtfinanzielle Erklärung** der AG und des Konzerns. Der Abschlussprüfer erteilte uneingeschränkte Bestätigungsvermerke. Zum Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen (§ 312 AktG) wegen der Mehrheitsbeteiligung der maxingvest ag, Hamburg, bestätigte der Abschlussprüfer nach pflichtmäßiger Prüfung und Beurteilung, dass dessen tatsächliche Angaben richtig sind, bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war und bei den im Bericht aufgeführten Maßnahmen keine Umstände für eine wesentlich andere Beurteilung als die des Vorstands sprechen.

Der Aufsichtsrat erhielt unmittelbar nach **Aufstellung** den Jahresabschluss und den Konzernabschluss, den zusammengefassten Lagebericht von AG und Konzern einschließlich der zusammengefassten Nichtfinanziellen Erklärung der AG und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2021, den Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen und die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers. Der Aufsichtsrat erhielt und erörterte vorab Entwürfe der vorläufigen Abschlussunterlagen. Der Abschlussprüfer nahm an den Beratungen des Aufsichtsrats über den Jahresabschluss für AG und Konzern teil und stellte die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung im Prüfungsausschuss und im Aufsichtsrat vor. Nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung erhob der Aufsichtsrat keine Einwendungen gegen den Jahresabschluss und den Konzernabschluss, den zusammengefassten Lagebericht, die zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung der AG und des Konzerns, den Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen einschließlich der Schlusserklärung des Vorstands und die Prüfungsberichte des

Abschlussprüfers. In einer ordentlichen Sitzung am 22. Februar 2022 schloss sich der Aufsichtsrat dem Ergebnis der Abschlussprüfung an und billigte die Abschlüsse der AG und des Konzerns zum 31. Dezember 2021; damit ist der Jahresabschluss der Beiersdorf AG **festgestellt**. Dem Gewinnverwendungs-vorschlag des Vorstands stimmte der Aufsichtsrat zu.

Der Aufsichtsrat fördert die C.A.R.E.+ -Strategie durch Investitionen und verantwortungsvolle Unternehmenstätigkeit. Seit jeher sind dies die Grundlagen des Unternehmens und der Tätigkeit seiner Beschäftigten für Verbraucher*innen und Gesellschaft. Der Aufsichtsrat dankt allen Mitarbeitenden und Geschäftspartner*innen: Ihre Anstrengungen haben die Folgen der weltweiten Krisen 2020/21 für Beiersdorf überwiegend bewältigt und die Grundlagen gelegt für Unternehmenserfolg in den Herausforderungen 2022 und darüber hinaus. Gerade in schwierigem Umfeld bewährt sich C.A.R.E.+ im verantwortlichen Umgang mit Ressourcen zum Wohlergehen aller, jetzt und künftig. Der Aufsichtsrat dankt allen Verbraucher*innen und Interessengruppen für vertrauensvolle, kritische Begleitung zur weiteren Verbesserung verlässlicher Unternehmensleistung von Beiersdorf.

Hamburg, 22. Februar 2022
Für den Aufsichtsrat



Reinhard Pöllath
Vorsitzender

Zusammen- gefasster Lagebericht

Seite 35 - 118

S. 37 Grundlagen des Konzerns

- S. 37 Geschäft und Strategie
- S. 41 Forschung und Entwicklung
- S. 49 Menschen bei Beiersdorf
- S. 57 Nachhaltigkeit

S. 58 Nichtfinanzielle Erklärung

S. 85 Wirtschaftsbericht

- S. 85 Wirtschaftliches Umfeld
- S. 87 Ertragslage
- S. 94 Vermögenslage
- S. 95 Finanzlage
- S. 96 Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage
- S. 97 Beiersdorf AG
- S. 99 Risikobericht
- S. 105 Prognosebericht

S. 107 Weitere Angaben

- S. 107 Erklärung zur Unternehmensführung
- S. 117 Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen
- S. 117 Übernahmerechtliche Angaben

C.A.R.E.+

COMPETITIVE + SUSTAINABLE + GROWTH



Eucerin®



LA PRAIRIE
SWITZERLAND

Stärkung unserer Marken durch Purpose

Wachstumstreiber



DIGITALE TRANSFORMATION
BESCHLEUNIGEN



MIT HAUTPFLEGE
GEWINNEN



WACHSTUMSPOTENZIALE
ERSCHLIESSEN



WACHSTUM DURCH
PRODUKTIVITÄTSSTEIGERUNG BESCHLEUNIGEN

AUF STARKEM FUNDAMENT AUFBAUEN:
KULTUR - CORE VALUES - FÄHIGKEITEN - CARE BEYOND SKIN



Grundlagen des Konzerns

Geschäft und Strategie

Im Jahr 1882 gegründet, zählt Beiersdorf heute zu den international führenden Unternehmen der Konsumgüterindustrie. Ein starkes, global verfügbares Markenportfolio und mehr als 20.000 Mitarbeitende in über 170 Tochtergesellschaften weltweit tragen zum Erfolg des Konzerns bei. Das Geschäft untergliedert sich in zwei eigenständige, unabhängig voneinander agierende Unternehmensbereiche. In beiden Bereichen nehmen wir marktführende Positionen ein und sind davon überzeugt, dass wir unseren Marktanteil weiter erhöhen können, indem wir die Wünsche unserer Konsument*innen antizipieren und ihnen mit innovativen, qualitativ hochwertigen Produkten einen echten Mehrwert bieten.

- Im Unternehmensbereich Consumer liegt unser Fokus auf dem Bereich der Haut- und Körperpflege. Unser starkes Portfolio umfasst Marken wie NIVEA, Eucerin, La Prairie und Hansaplast, die bei Menschen auf der ganzen Welt großes Vertrauen genießen.
- Im Unternehmensbereich tesa konzentrieren wir uns auf die Entwicklung innovativer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Endverbraucher*innen. Seit 2001 wird tesa als eigenständiger Teilkonzern geführt.

Consumer

Unsere Strategie

Unser Fokus liegt seit rund 140 Jahren auf Hautpflege. Das ist unsere Kernkompetenz - und in diesem Bereich wollen wir mit Innovationen Mehrwerte für unsere Verbraucher*innen schaffen und dafür sorgen, dass sich Menschen weltweit in ihrer Haut wohl fühlen.

Mit C.A.R.E.+ haben wir im Jahr 2019 unsere Unternehmensstrategie formuliert. Sie soll uns wettbewerbsfähiges, nachhaltiges Wachstum sichern und zugleich Antworten auf die sich rasant verändernden Rahmenbedingungen geben. Hierzu zählen Megatrends wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit - Themen, die durch die COVID-19-Pandemie noch einmal verstärkt, von uns aber bereits zuvor als wesentlich identifiziert wurden. Wir haben die Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ seit ihrer Einführung konsequent umgesetzt und weiter geschärft. Im Fokus stehen Innovationen, Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Wachstum. Diese Fokusfelder sind festgelegt in unseren strategischen Prioritäten:

- Stärkung unserer Marken durch einen Markenzweck (Purpose)
- Digitale Transformation beschleunigen
- Mit Hautpflege gewinnen
- Wachstumspotenziale erschließen (sogenannte „White Spots“)
- Wachstum durch Produktivitätssteigerung beschleunigen
- Auf starkem Fundament aufbauen: Kultur - Core Values - Fähigkeiten - Care Beyond Skin

Im Berichtsjahr haben wir in allen Bereichen - trotz der COVID-19-bedingten unsicheren Zeit - wichtige Fortschritte erzielt. Die nachfolgenden Initiativen und Beispiele verdeutlichen die konsequente Umsetzung unserer Strategie.

Stärkung unserer Marken durch Purpose

Konsument*innen von heute geht es nicht allein um die reine Produktleistung. Sie wollen wissen, wofür eine Marke steht und wofür sie sich einsetzt. Das Thema „Marken-Purpose“ gewinnt daher zunehmend an Bedeutung.

Auch unsere ikonischen Marken NIVEA, Eucerin und Hansaplast haben einen unverwechselbaren Wesenskern - und diesen in einem Purpose klar formuliert. Mit „WE BELIEVE IN THE LIFE-CHANGING POWER OF DERMATOLOGICAL SKINCARE“ hat die Marke Eucerin ihren Markenzweck bereits im Geschäftsjahr 2020 für viele sichtbar gemacht. Denn Hautprobleme haben nicht immer nur Auswirkungen auf unsere Haut - oft beeinflussen sie auch das Selbstbewusstsein, die Stimmung und damit die Lebensqualität der betroffenen Personen. Genau hier setzt der Marken-Purpose von Eucerin an: Mit dermo-kosmetischen Lösungen für individuelle Hautprobleme wollen wir mit der Marke die Lebensqualität Betroffener nachhaltig verbessern.

Nach Eucerin haben im Jahr 2021 auch NIVEA und Hansaplast ihren jeweiligen Marken-Purpose formuliert und kommuniziert. Mit „Care for Human Touch to Inspire Togetherness“ stellt NIVEA seit Januar 2021 menschliche Berührung für mehr Miteinander in den Mittelpunkt der Kommunikation. Bis 2025 planen wir mit der Marke weltweit 20 Millionen Euro in lokale Projekte zu investieren und damit die Gesundheit und Lebensqualität von mehr als 150.000 Menschen weltweit zu verbessern, darunter frühgeborene Babys, Menschen mit Sehbehinderung, ältere Demenzkranke sowie von Benachteiligung betroffene Mädchen. Ziel ist es, das Gefühl menschlicher Verbundenheit und Resilienz zu stärken, um dadurch Gefühle von Einsamkeit zu lindern.

Mit dem großen Relaunch der Healthcare-Marken Hansaplast, Elastoplast und CURITAS positionierte Beiersdorf zu Beginn des Berichtsjahres das Markenportfolio neu. Neue Produktinnovationen in einer nachhaltigeren Verpackung waren Teil der Lancierung. Im Zuge dieses Relaunchs wurde erstmals auch der neue Healthcare-Marken-Purpose kommuniziert. „We've got you covered. For a life uninterrupted“ bringt unsere Einstellung zum Ausdruck, dass alltägliche Verletzungen nicht das tägliche Leben beeinflussen sollten.

Digitale Transformation beschleunigen

Die digitale Transformation ist ein Schlüsselfaktor für den Geschäftserfolg von Beiersdorf - jetzt und in Zukunft. Nicht zuletzt beobachten wir, dass die Corona-Pandemie den Wandel der Konsumgüterindustrie noch einmal beschleunigt hat und E-Commerce sowie die digitale Verbraucher*innenansprache zunehmend an Bedeutung gewinnen. Mit unserer Digitalstrategie verfolgen wir das klare Ziel, Verbraucher*innen immer gezielter dort anzusprechen, wo sie sich in ihrem jeweiligen Alltag im digitalen Raum ohnehin bewegen. Wir wollen unsere Produkte somit direkt zu den Verbraucher*innen bringen und die Anzahl der individuellen digitalen „Touchpoints“ erhöhen.

Auch in der digitalen Welt wollen wir die individuellen Hautpflegebedürfnisse in den Vordergrund stellen. Wir investieren systematisch in neue Technologien und digitale Ansätze. Dabei haben die digitale Interaktion mit den Verbraucher*innen und die emotionale Ansprache durch unsere Marken, etwa durch personalisierte Markenerlebnisse, höchste Priorität für uns. Gleichzeitig verbessern wir die digitalen Fähigkeiten unserer Mitarbeitenden, damit sie mit der rasanten digitalen Entwicklung Schritt halten können.

Im Jahr 2021 hat Beiersdorf eine Reihe von Initiativen umgesetzt, mit denen wir die digitale Transformation beschleunigen wollen. Sie waren Bestandteil unseres strategischen Programms „Digital Fast Forward“, mit dem wir unsere Vision verfolgen, bis zum Jahr 2025 – basierend auf sechs Zielen – unser Geschäft zu digitalisieren, um das Leben unserer Verbraucher*innen zu verbessern. Investitionen in das E-Commerce-Geschäft sind ein ganz wesentlicher Baustein unseres „Digital Fast Forward“-Programms – und sie haben sich im Berichtsjahr, bedingt durch den weltweiten Aufschwung des Onlinegeschäfts, bereits ausgezahlt.

Ein Beispiel für eine unserer großen digitalen Initiativen im Jahr 2021 ist das spezielle, dynamische Messaging, das wir für NIVEA SUN entwickelten. Auf Basis von Wetterdaten und dem persönlichen Nutzungsverhalten informieren wir unsere Verbraucher*innen nicht nur über den richtigen Sonnenschutz, sondern verknüpfen diese Informationen mit dem passenden Produktangebot. Mit über 200 dynamischen Präzisionsmarketing-Anzeigen erreichten wir im Sommer des Berichtsjahres im Vereinigten Königreich und Deutschland über 16 Millionen Verbraucher*innen.

Weitere Beispiele für unsere digitalen Ambitionen sind unser Engagement im Bereich der digitalen Hautpflege sowie unsere Bemühungen im Bereich der künstlichen Intelligenz (KI), beispielsweise bei der Entwicklung neuer Formeln, dem NIVEA SKiN GUIDE oder unserer Hautforschungsstudie SKiNLY. Diese Themen werden im Kapitel „Forschung und Entwicklung“ und zum Teil im nachfolgenden Abschnitt „Mit Hautpflege gewinnen“ näher vorgestellt.

Darüber hinaus sind wir über unseren OSCAR & PAUL Beiersdorf Venture Capital Fund einen Schritt in Richtung „Digital Health“ bzw. Teledermatologie gegangen und investierten in das Düsseldorfer Start-up dermanostic. Das junge Unternehmen bietet individualisierte dermatologische Diagnosen und Therapieempfehlungen per mobiler App an. Vor allem bei leichteren Fällen kann dermanostic so den Besuch in dermatologischen Praxen komplett ersetzen und schnelle Lösungen für individuelle Hautprobleme bieten. Das Investment ist für uns ein bedeutendes Beispiel für die Digitalisierung unseres dermokosmetischen Hautpflegesegments.

Mit Hautpflege gewinnen

Hautpflegeinnovationen sind ein essenzieller Bestandteil unserer Strategie C.A.R.E.+ . Wir wollen mit Hautpflege gewinnen, indem wir schnell die Verbraucher*innen-Wünsche antizipieren und große, bedeutende Innovationen global auf den Markt bringen – Innovationen, die den Verbraucher*innen einen echten Mehrwert liefern und die sowohl hochwertig als auch zuverlässig sind. Zugleich wollen wir ein leistungsstarkes Markenportfolio aufbauen

und pflegen, das den unterschiedlichen Bedürfnissen und Wünschen der Konsument*innen weltweit gerecht wird. Ergänzend dazu investieren wir über ausgewählte Partnerschaften in innovative Geschäftsmodelle und zukünftige Wachstumfelder im Bereich der Hautpflege.

Unter der Marke NIVEA entwickelte sich die hochwertige Luminous630®-Gesichtspflegeserie – für alle Verbraucher*innen, die Pigmentflecken im Gesicht haben – erfolgreich. Darüber hinaus brachten wir mit der NIVEA Naturally Good Gesichtspflegeserie im Berichtsjahr unsere ersten klimaneutralisierten Deodorants¹ in rund 30 Ländern auf den Markt. Zudem wurde das komplette NIVEA Duschgel-Sortiment auf dem deutschen Markt klimaneutralisiert¹ und die nachhaltigen NIVEA MagicBARs lanciert – unsere ersten zertifizierten Naturkosmetikprodukte von NIVEA. Mit diesen Schritten wollen wir unseren ökologischen Fußabdruck reduzieren und unsere Transformation hin zu mehr Nachhaltigkeit fördern – ganz im Sinne unserer Nachhaltigkeitsagenda „Care Beyond Skin“.

Der patentierte Wirkstoff Thiamidol unserer Dermokosmetikmarke Eucerin wurde im Berichtsjahr in der Eucerin DERMOPURE-Serie eingesetzt, wodurch Beiersdorf erstmals den Markt für Produkte gegen Pickelmale erschließt. Darüber hinaus hat Eucerin sein erstes Medizinprodukt mit Lichtschutzfaktor 100 auf den Markt gebracht. Eucerin ACTINIC CONTROL^{MD} bietet Sonnenschutz für Personen, deren Haut bereits vorbelastet ist. Das Produkt beugt aktinischer Keratose (häufigste Vorstufe von hellem Hautkrebs) und hellem Hautkrebs vor und dient zugleich als Begleittherapie für Patient*innen, die bereits von aktinischer Keratose betroffen sind².

Ein weiteres Feld, in dem wir unsere Präsenz stärken wollen, ist das der personalisierten Hautpflege. Mit der neuen Marke O.W.N (Only What's Needed) etablierten wir im Februar des Berichtsjahres die erste personalisierte Gesichtspflegeroutine von Beiersdorf. O.W.N nutzt künstliche Intelligenz und beruht auf einem Algorithmus, der unser fundiertes Wissen zusammenführt und aus mehr als 380.000 möglichen Formelkombinationen für jede Person die beste individuelle Produktlösung auswählt. Hier kommen die Erkenntnisse der groß angelegten Beiersdorf Studie SKiNLY zum Tragen – ein wichtiger Meilenstein unserer Aktivitäten im Bereich der künstlichen Intelligenz. Einen weiteren Akzent im Trendsegment der Personalisierung setzten wir im Mai des Berichtsjahres mit dem Venture Capital Investment in die neue personalisierte Hautpflegemarke Routinely. Dabei handelt es sich um eine modulare Hautpflege-Routine, bei der die dynamische Beschaffenheit der Haut berücksichtigt wird.

Weitere Informationen zu den bereits genannten sowie zu weiteren Beiersdorf Produktneueinführungen finden Sie im Kapitel „Forschung und Entwicklung“.

Wachstumspotenziale erschließen

Ein weiterer Baustein der Beiersdorf Strategie C.A.R.E.+ besteht in der Erschließung von Wachstumsmärkten und neuen Geschäftsfeldern. Auf diese Weise wollen wir sogenannte „White Spots“ erschließen und Menschen weltweit einen relevanten Mehrwert bieten.

¹ Ausgleich verbleibender CO₂ Emissionen durch zertifizierte Klimaprojekte. Mehr Informationen auf NIVEA.com/Climate.

² vgl. S3 Guideline „Aktinische Keratose und Plattenepithelkarzinom der Haut“; eine eigene Studie mit ACTINIC CONTROL^{MD} existiert nicht.

Einen wichtigen Meilenstein zur Erschließung von Wachstumspotenzialen in China markierte die Eröffnung unseres großen Innovationszentrums im Jahr 2020. Es ist seitdem der zweitgrößte Standort unseres globalen Forschungs- und Entwicklungsnetzwerks. Indem wir nun all unsere Aktivitäten in China an einem zentralen Ort bündeln, sind wir davon überzeugt, unser Wachstum in dem für uns wichtigen chinesischen Markt besser fördern zu können – etwa durch die Entwicklung von regionalen Produkten oder durch gezielte Aktivitäten, die uns durch die Nähe zum Markt so leichter möglich sind.

Unser jüngster Neuzugang in unserem Forschungsverbund ist ein hochmodernes Innovationszentrum in New Jersey, USA, das uns neue Wachstumschancen im wichtigen nordamerikanischen Markt ermöglichen soll. Es bietet aus unserer Sicht optimale Bedingungen zur schnellen Entwicklung lokaler Produktinnovationen der Marken NIVEA, Eucerin, Aquaphor und Coppertone und wird zugleich unser erstes globales Exzellenzzentrum für OTC-Produkte sein (sog. „Over the counter“-Produkte = nicht verschreibungspflichtige Produkte). Da die USA einer der weltweit größten Märkte für Hautpflege- und Sonnenschutzprodukte sind, sehen wir in diesem Ansatz den richtigen Schritt.

Weitere Wachstumspotenziale erschließen wir über unsere Aktivitäten im Bereich der Personalisierung, der Digitalisierung und der künstlichen Intelligenz (KI) – denn jeder Bereich für sich gewinnt in der Hautpflege zunehmend an Bedeutung. Die im Februar 2021 neu eingeführte Gesichtspflegemarke O.W.N sowie die Investition in die neue personalisierte Hautpflegemarke Routinely sind daher nicht nur Beispiele dafür, wie wir mit Hautpflege gewinnen, sondern auch, wie wir Wachstumsmöglichkeiten für uns nutzen. All diese Themen werden im Kapitel „Forschung und Entwicklung“ näher beschrieben.

Wachstum durch Produktivitätssteigerung beschleunigen

Wir sind davon überzeugt, dass Wachstum und Innovationen nicht ohne Investitionen möglich sind. Zugleich bilden höchste Kostendisziplin und eine schnelle, schlanke und fokussierte Organisation die Grundlage, auf der wir die Effizienz unseres Konzerns weiter verbessern können. Im Berichtsjahr haben wir vielfältige Maßnahmen ergriffen, um die Effizienz, Agilität und Widerstandsfähigkeit unserer Supply Chain weiter zu steigern und noch besser auf die sich wandelnden Rahmenbedingungen reagieren zu können.

Mit dem Bau unseres neuen Produktionswerks in Leipzig wollen wir mit einer Investitionssumme von 220 Millionen Euro die Weichen für nachhaltiges Wachstum und eine zukunftsfähige und erweiterte Supply-Chain-Infrastruktur in Zentraleuropa stellen. Pro Jahr werden im neuen Werk mit einer Grundfläche von 32.000 m² bis zu 450 Millionen Kosmetikprodukte vom Band laufen – insbesondere Deodorants, Haarsprays und Rasierschäume für den gesamten europäischen Markt und für den Export. Abhängig von der Markt- und Geschäftsentwicklung können die Kapazitäten in Zukunft weiter ausgebaut werden. Im September des Berichtsjahres erfolgte bereits die feierliche Grundsteinlegung für das neue Werk, die Produktion soll gegen Ende des Jahres 2022 aufgenommen werden. Mit dem Neubau streben wir im Sinne unserer Nachhaltigkeitsagenda eine Gold-Zertifizierung nach dem

anerkannten Klassifizierungssystem für nachhaltige Gebäude, LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), an.

In direkter Nachbarschaft zum neuen Werk plant Beiersdorf mit einem Investitionsvolumen von 170 Millionen Euro den Bau eines hochmodernen Hubs. Gemeinsam mit den 220 Millionen Euro für das neue Produktionszentrum ist dies weltweit die größte Investition, die Beiersdorf an einem Standort tätigt. Das Zusammenspiel von Produktion und Hub soll uns – auch im Hinblick auf die langfristige Perspektive – Erweiterungs- und Gestaltungsmöglichkeiten bieten, um die Voraussetzungen für einen bestmöglichen Service für unsere Handelspartner und den Apothekengroßhandel zu schaffen. Gleichzeitig setzen wir auch mit dem neuen Hub auf das uns wichtige Thema Nachhaltigkeit: Für das neue Logistik-Zentrum streben wir unter anderem einen CO₂-neutralen operativen Betrieb und eine einschlägige Nachhaltigkeitszertifizierung an.

Einen weiteren, wichtigen Akzent im Bereich unserer Klimaschutz-Bemühungen setzt zukünftig auch das Berliner Werk – die Beiersdorf Manufacturing Berlin (BMB). Als erstes Werk im Beiersdorf Produktionsnetzwerk produziert das Berliner Werk ab Januar 2022 (bezogen auf die Scope-1- und -2-Emissionen) nahezu klimaneutral – hierzu wurde vom fossilen Brennstoff Erdgas auf Biomethan umgestellt. Lediglich Teile des Fuhrparks und der Notstromversorgung (1 %) werden noch mit fossilen Energien betrieben; diese Restemissionen werden aber über hochwertige CO₂-Zertifikate ausgeglichen.

Weitere Investitionen erfolgten in unseren Werken in Polen und Mexiko. An unserem Standort in Poznań (Polen) wird das Werk im laufenden Betrieb erweitert. Nach Fertigstellung wird die jährliche Produktionskapazität um mehr als 100% von 190 Millionen auf 400 Millionen Stück/Jahr steigen, die Anzahl der verschiedenen Verpackungsformate wird sich um 150% erhöhen und die Lagerkapazität wird sich von 5.500 auf 15.000 Palettenplätze erweitern. Im mexikanischen Silao investiert Beiersdorf rund 130 Millionen Euro, um das Produktionszentrum zu erweitern und eine hohe Flexibilität mit umfassender, moderner Automatisierungstechnik für zukünftiges Wachstum und Effizienzsteigerungen zu erreichen. Nach Abschluss der Erweiterung im Jahr 2024 wird Beiersdorf Manufacturing Mexiko (BMM) einer der drei größten Beiersdorf Produktionsstandorte sein.

Auf starkem Fundament aufbauen: Kultur - Core Values - Fähigkeiten - Care Beyond Skin

Unsere Mitarbeitenden sind unser wichtigstes Kapital. Sie sind zugleich Teil unserer einzigartigen Unternehmenskultur, die von Werten wie Offenheit, Vertrauen und Ehrlichkeit geprägt ist und die auf Vielfalt und Inklusion beruht. Gestützt wird unsere Unternehmenskultur durch unsere Grundwerte, die sogenannten Core Values „Care“ (Fürsorge), „Simplicity“ (einfaches, unkompliziertes Handeln), „Courage“ (Mut) und „Trust“ (gegenseitiges Vertrauen). Sie sorgen auch in pandemiebedingt schwierigen Zeiten dafür, dass wir als Team handeln und uns gegenseitig unterstützen – immer mit dem Ziel, die Wünsche und Bedürfnisse unserer Konsument*innen bestmöglich zu erfüllen und unserer Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt gerecht zu werden.

Die Corona-Pandemie hat einmal mehr gezeigt, wofür Beiersdorf steht und was uns als Unternehmen ausmacht – denn unsere Pflege und Fürsorge geht weit über unsere Kernkompetenz, die Haut, hinaus. Mit Care Beyond Skin haben wir unseren Purpose klar formuliert. Er drückt unsere Motivation aus, sich um das Wohlergehen der Menschen zu kümmern und sich dafür einzusetzen, einen möglichst positiven Beitrag für unsere Gesellschaft und unseren Planeten zu leisten. Durch verantwortungsbewusstes Handeln, etwa durch unser internationales Corona-Hilfsprogramm, das wir zu Beginn der Corona-Pandemie aufgesetzt haben, oder durch unsere diversen Initiativen im Sinne unserer Nachhaltigkeitsagenda wollen wir unserem Purpose Ausdruck verleihen. Ausführliche Informationen zu unserer Nachhaltigkeitsagenda finden Sie in der „Nichtfinanziellen Erklärung“.

Den Wandel hin zu einer neuen, modernen Arbeitswelt treibt Beiersdorf seit einigen Jahren mit Nachdruck voran. Er ist Teil eines umfassenden Kulturwandels, der das Unternehmen, aber auch die Belegschaft, fit für die Herausforderungen der Zukunft macht. Ob flexibles Arbeiten, vor allem auch von zuhause, oder moderne Arbeitswelten – Beiersdorf ist bemüht, viel zu unternehmen, um die zukünftige Arbeitswelt aktiv zu gestalten. Und auch die Mitarbeitenden werden auf diese Reise gezielt mitgenommen. Da wir davon überzeugt sind, dass die Fähigkeiten und Kompetenzen unserer Mitarbeitenden von essentieller Bedeutung für nachhaltiges Wachstum und beständigen Erfolg sind, investieren wir kontinuierlich in die Qualifizierung unserer Belegschaft. Mit unserer globalen Lernstrategie verfolgen wir die Idee einer „lernenden Organisation“, bei der wir das selbstgesteuerte, lebenslange Lernen aller noch stärker fördern – und damit alle für die Arbeitswelt der Zukunft fit machen. Mehr Informationen hierzu finden Sie im Kapitel „Menschen bei Beiersdorf“.

tesa

Die tesa SE (im Folgenden „tesa“) ist einer der weltweit führenden Hersteller selbstklebender Produkte und Systemlösungen für Industriekunden und Konsument*innen. Als 100-prozentige Tochtergesellschaft der Beiersdorf Aktiengesellschaft bildet die tesa SE einen unabhängig geführten Teilkonzern, der als direkte beziehungsweise indirekte Muttergesellschaft von 61 tesa-Tochtergesellschaften (Vorjahr: 61) mit 4.827 Mitarbeitenden in mehr als 100 Ländern aktiv ist.

Im Geschäftsjahr 2021 hat tesa die Gesellschaft tesa scribos GmbH, Deutschland, verkauft. Außerdem ist in Südostasien die tesa Site Hai Phong, Vietnam, gegründet worden. Damit bleibt die Zahl der Tochtergesellschaften unverändert.

tesa agiert weltweit, mit Schwerpunkt in Europa, gefolgt von den Geschäftsregionen Afrika/Asien/Australien und Amerika. Neben den deutschen Standorten gehören die Tochtergesellschaften in China, den USA, in Italien und Singapur zu den größten und strategisch wichtigsten Einzelgesellschaften von tesa. Die Produktionsstandorte von tesa befinden sich in Europa (Deutschland und Italien), in Nordamerika (USA) und in Asien (China). Die Unternehmenszentrale mit integriertem Forschungs- und Technologiezentrum befindet sich in Norderstedt bei Hamburg (Deutschland).

Direct Industries

Im Bereich Direct Industries versorgt tesa Industriekunden – insbesondere aus den Branchen Automobil, Elektronik, Druck und Papier sowie Bau und Konstruktion – auf direktem Wege mit spezialisierten Systemlösungen. Der strategische Fokus liegt vorrangig auf dem Auf- und Ausbau ertragreicher Geschäftsfelder in technologisch anspruchsvollen Anwendungsbereichen. Die Systemlösungen von tesa werden zur Optimierung und Effizienzsteigerung von Produktionsprozessen, als Befestigungslösungen in konstruktiven Anwendungsbereichen – oftmals mit Zusatzfunktionen über das reine Verbinden von Bauteilen hinaus – sowie als maßgeschneiderte Schutz- und Verpackungssysteme eingesetzt.

Ein weiteres zukunftsorientiertes Geschäftsfeld bearbeitet die tesa Labtec GmbH. Diese Tochtergesellschaft entwickelt und produziert arzneimittelhaltige Pflaster, sogenannte transdermale therapeutische Systeme, sowie Oral- und Bukkalffilme (arzneimittelhaltige Folien, die den Wirkstoff im Mund freisetzen bzw. über die Mundschleimhaut abgeben) für die Pharmaindustrie.

Trade Markets

Der Bereich Trade Markets umfasst diejenigen Märkte, deren Endkund*innen tesa bis auf das Onlinegeschäft nicht auf direktem Weg, sondern über Handelspartner oder handelsähnliche Kanäle mit marktgerechten Produkten versorgt. Hierzu zählen neben den Sortimenten für Privatpersonen und handwerkliche Fachkräfte auch Klebebänder, die für gewerbliche Kund*innen bestimmt sind und überwiegend über den technischen Handel und zunehmend auch online vertrieben werden.

Im Geschäftsfeld General Industrial Markets bietet tesa eine vielfältige Produktpalette für ein breites Anwendungsspektrum in unterschiedlichen Industriebranchen. Dazu gehören beispielsweise Sortimente für Montage und Reparatur, Transportsicherungsbänder oder auch Klebelösungen für die Verpackungsindustrie.

Im Geschäftsfeld Consumer & Craftsmen, das auf Europa und Lateinamerika konzentriert ist, vermarktet tesa innovative Produktlösungen, die unter anderem für den täglichen Gebrauch in Büro und Haushalt sowie im Handwerk bestimmt sind. Unter der Dachmarke tesa finden Endverbraucher*innen im Bereich Consumer in Bau- und Verbraucher*innenmärkten sowie in Papier- und Schreibwarengeschäften ein breites Angebot von mehr als 300 innovativen Produkten. Der Fokus im Geschäftsfeld Craftsmen liegt auf maßgeschneiderten Sortimenten für handwerkliche Fachkräfte sowie auf der Entwicklung und Umsetzung zielgruppengerechter Vermarktungskonzepte.

Leitung und Kontrolle

Der Vorstand leitet das Unternehmen und ist der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts verpflichtet. Neben den funktionalen Vorstandsr sorts bestehen auch regionale Verantwortungsbereiche. Insbesondere durch die Ressortzuständigkeit für die Regionen und Märkte ist der Vorstand eng mit dem operativen Geschäft verbunden. Die Ressortzuständigkeiten der Mitglieder des Vorstands werden im Abschnitt „Organe der Beiersdorf AG“ des Konzernanhangs dargestellt. Der Unternehmensbereich tesa wird als unabhängiger Teilkonzern geführt.

Die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Anreiz- und Bonussysteme werden im Vergütungsbericht, der im Kapitel „Weitere Informationen“ gefunden werden kann, erläutert. Der zusammengefasste Lagebericht enthält auch die Erklärung zur Unternehmensführung der Beiersdorf AG und des Konzerns nach §§ 289f, 315d HGB, die auch auf der Internetseite der Gesellschaft unter www.beiersdorf.de/erklaerung_unternehmensfuehrung öffentlich zugänglich gemacht wird.

Wertmanagement und Steuerungssystem

Ziel des unternehmerischen Handelns von Beiersdorf ist es, die Marktanteile des Unternehmens im Sinne eines qualitativen Wachstums nachhaltig zu steigern und gleichzeitig die Ertragsbasis auszubauen. Daraus leiten sich die langfristigen Hauptsteuerungsgrößen ab, nämlich organisches Umsatzwachstum¹ in Verbindung mit Marktanteilsentwicklung und EBIT beziehungsweise EBIT-Umsatzrendite vor Sondereffekten (Relation von EBIT zu Umsatz). Durch kontinuierliche Investitionen in Wachstumsmöglichkeiten, konsequentes Kostenmanagement und hohe Effizienz beim Einsatz der Ressourcen sollen international wettbewerbsfähige Renditen erwirtschaftet werden.

Um diese strategischen Ziele zu erreichen, hat das Unternehmen ein effizientes Steuerungssystem eingerichtet. Die Unternehmensführung leitet die Vorgaben an die einzelnen Einheiten für die Unternehmensplanung des kommenden Jahres aus den strategischen Zielen des Konzerns ab. Diese Planung umfasst sämtliche Bereiche und alle Tochtergesellschaften. Die Planung des Konzerns für das Folgejahr wird in der Regel gegen Ende des Jahres von Vorstand und Aufsichtsrat verabschiedet. Im Einzelfall wird die Planung im Hinblick auf aktuelle Entwicklungen erst zu Beginn des Geschäftsjahres finalisiert.

Im Verlauf des Geschäftsjahrs erfolgt ein regelmäßiger Abgleich der aktuellen Entwicklung der Hauptsteuerungsgrößen mit den erwarteten Werten und der aktuellen Prognose für das Gesamtjahr. Daraus abgeleitet wird das Geschäft zielgerichtet gesteuert.

Der Unternehmensbereich tesa bildet im Konzern eine eigenständige, unabhängige Einheit. Er wird ebenfalls auf Basis der Kennzahlen Umsatzwachstum und betriebliches Ergebnis (EBIT) bzw. EBIT-Umsatzrendite gesteuert.

Forschung und Entwicklung

Der Unternehmenserfolg von Beiersdorf basiert für uns seit jeher auf unserer Forschung und Entwicklung. Sie ist Teil unserer unternehmerischen DNA und treibt immer neue Innovationen und Lösungen an, mit denen wir unseren Konsument*innen auf der ganzen Welt einen Mehrwert bieten wollen.

Um vielversprechende Ideen schnellstmöglich auf den Markt zu bringen, evaluieren wir unsere Forschungsaktivitäten regelmäßig und formulieren klare Fokusthemen. Dabei treiben unsere Teams kontinuierlich zukunftsweisende Technologien, nachhaltige Konzepte und die Digitalisierung der Arbeit voran. Je nach Unternehmensbereich konzentrieren wir unsere Forschungsaktivitäten auf unterschiedliche Schwerpunkte:

- Im Unternehmensbereich Consumer erforscht und entwickelt Beiersdorf innovative und hochwertige Produkte im Bereich der Hautpflege. Dabei berücksichtigen wir die Wünsche unserer Verbraucher*innen, wichtige Themen wie Nachhaltigkeit und regionale Besonderheiten bei der Produktentwicklung.
- Im Unternehmensbereich tesa entwickeln wir innovative Klebebänder und selbstklebende Systemlösungen für Industrie, Gewerbekunden und Endverbraucher*innen. Nachhaltigkeit und energieschonende Produktionsverfahren stehen ebenso im Fokus wie die flexible Reaktion auf aktuelle Bedarfe und Markttrends – immer mit dem Ziel, die Arbeitsabläufe der Kund*innen weltweit noch besser und umweltfreundlicher zu gestalten.

Zum 31. Dezember 2021 waren bei Beiersdorf weltweit 1.530 Mitarbeitende in der Forschung und Entwicklung beschäftigt (Vorjahr: 1.433). Davon waren 978 (Vorjahr: 910) im Unternehmensbereich Consumer tätig und 552 (Vorjahr: 523) im Unternehmensbereich tesa.

Wie in den Vorjahren haben wir unsere Aufwendungen für Forschung und Entwicklung im Berichtsjahr erhöht. Sie beliefen sich zum Geschäftsjahresende auf 268 Mio. € und lagen damit 9,0 % über dem Vorjahr (246 Mio. €). Im Unternehmensbereich Consumer investierte Beiersdorf im abgelaufenen Jahr 202 Mio. € (+8,1 %), im Unternehmensbereich tesa 66 Mio. € (+11,7 %) in die Forschung und Entwicklung.

Consumer

Exzellenz in der Hautpflegeforschung

Seit der Gründung unseres Unternehmens zeichnet sich Beiersdorf durch seine Hautforschungskompetenz aus. Sie treibt unsere Innovationskraft an und stärkt unsere Wettbewerbsfähigkeit. Wir wollen die komplexen Prozesse der Haut entschlüsseln, effektive Wirkstoffe erforschen und zukunftsweisende Technologien nutzen – etwa auf dem Feld der künstlichen Intelligenz –, um neue und überzeugende Innovationen und Produkte hervorzubringen.

¹ Die Definition des organischen Umsatzwachstums ist den Grundlagen und Methoden („Erläuterungen zur Segmentberichterstattung“) im Anhang zu entnehmen.

Intensive Forschung hilft uns nicht nur, unser Verständnis der Haut kontinuierlich zu vertiefen – sie eröffnet in der hochdynamischen Disziplin der Hautbiologie vielfältige Chancen. Damit ist sie ein wichtiger Schwerpunkt unserer Arbeit. Im Berichtsjahr konzentrierten wir uns unter anderem auf folgende Forschungsfelder:

- Ein seit vielen Jahren bedeutender Teil unserer Forschungsarbeit ist die Entwicklung moderner, nicht-tierbasierter **Methoden zur Sicherheitsbewertung**. Mit ihnen weisen wir die Sicherheit unserer Inhaltsstoffe und damit unserer Produkte nach. Wie schon in den Vorjahren, setzten wir auch im Geschäftsjahr 2021 unsere intensive Zusammenarbeit mit der weltweiten Gemeinschaft der sicherheitswissenschaftlichen Fachkräfte fort – allen voran mit dem LRSS-Konsortium (Long Range Science Strategy Consortium) des europäischen Verbands der kosmetischen Industrie (Cosmetics Europe). Da die moderne, nächste Generation der Risikobewertung (Next Generation Risk Assessment, NGRA) zuerst den Grad der Exposition gegenüber einer Substanz betrachtet, bestand ein Forschungsschwerpunkt in der Risikobewertung von Inhaltsstoffen mit sehr geringer Exposition – ein Bereich, der mehr und mehr Eingang in allgemeine Regularien wie die europäische „SCCS Notes of Guidance“ findet. Insbesondere beim Schwellenwert für toxikologische Bedenken (internal Threshold of Toxicological Concern, iTTC) konnte durch die Zusammenarbeit mehrerer Interessensgruppen ein entscheidender Fortschritt erreicht werden. Ein weiterer Schwerpunkt lag im sogenannten „Read Across“-Ansatz. Bei diesem dienen die Sicherheitsdaten einer bestehenden Inhaltsstoff zur Sicherheitsbewertung eines neuen, chemisch verwandten Inhaltsstoffs. Ebenso forschten wir im Bereich der digitalen Toxikologie und im Feld der physiologisch basierten pharmakokinetischen Modellierung (PBPK). Die PBPK-Modellierung erhält insbesondere im Feld der UV-Filter zunehmend Einzug in die inhaltsstoffspezifische Risikobewertung. Dabei handelt es sich im Grunde um einen auf künstlicher Intelligenz (KI) basierenden, virtuellen Menschen, in dem die Exposition sowie der Stoffwechsel eines Inhaltsstoffs simuliert werden.
- Da die nächste Generation der Risikobewertung fortschrittlichere In-vitro-Testsysteme erfordert, trieben wir im Berichtsjahr auch die Forschung im Bereich mikrophysiologischer Systeme (MPS), auch **„Organ-on-a-chip“-Technologie** (OoC) genannt, weiter voran. In enger Kooperation mit dem Berliner Biotechnologieunternehmen TissUse, erprobten wir die Anwendung dieser Technologie für kosmetische Zwecke und brachten sie im LRSS-Programm von Cosmetics Europe ein. Dort wurde anhand von Fallstudien nachgewiesen, dass das neue System einen wichtigen Beitrag zur Risikobewertung von Kosmetika leisten kann. Ferner trieben wir in Zusammenarbeit mit der Universität Hamburg im Berichtsjahr das computergestützte Modell **„Skin Doctor“** voran. Mit diesem kann das hautsensibilisierende Potenzial von Inhaltsstoffen mit hoher Genauigkeit und Zuverlässigkeit vorhergesagt werden. Die Anwendung basiert auf modernsten Technologien maschinellen Lernens und wurde von uns in mehreren Publikationen veröffentlicht.
- Der **Schutz der Haut vor Sonneneinstrahlung** ist für Beiersdorf ein bedeutendes Thema. In diesem Zusammenhang erforschen unsere Expert*innen seit Jahren den Einfluss der Sonne auf die Haut, um zukunftsweisende Lösungen für sonneninduzierte Hautprobleme zu entwickeln.

Es ist in der wissenschaftlichen Literatur gut dokumentiert, dass langwelliges UVA-1 und sichtbares Licht vorübergehende Erytheme auslösen und die Pigmentveränderungen der Haut verschlimmern können. Unsere Expert*innen in den USA bewiesen in Zusammenarbeit mit dem Henriford-Krankenhaus in Detroit, dass eine richtige Mischung von Antioxidantien die Wirkung von langwelligem UVA-1 und hochenergetischem sichtbarem Licht (HEVIS-Licht) abschwächen kann, indem sie Erytheme und Pigmentierung, die durch diesen Teil des Sonnenspektrums ausgelöst werden, erheblich reduziert. Als eines der führenden Unternehmen in der Sonnenschutzindustrie beteiligten wir uns zudem im Berichtsjahr über unseren Handelsverband, dem Personal Care Products Council (PCPC), und PASS (Public Access to Sunscreens) aktiv an den Diskussionen der Vorschriften der FDA (Food and Drug Administration) für UV-Filter. Hier setzten wir uns dafür ein, dass fundierte wissenschaftliche Erkenntnisse zu Grunde gelegt werden, um die Gesetzgebung in den Bundesstaaten der USA weiter zu gestalten.

Darüber hinaus ist Beiersdorf beteiligt an zwei neuen, nicht-invasiven und alternativen Methoden zur Bewertung des UVA-Schutzfaktors sowie des Sonnenschutzfaktors SPF. Die Methoden werden Teil einer großen Validierungsstudie im Rahmen des sog. Alt-SPF-Konsortiums sein, zu deren Studiendesign die Sonnenschutzexpert*innen von Beiersdorf beigetragen haben. Basis des Designs ist die Bland-Altman-Analyse und die ISO 5725 („Accuracy of Measurement Methods“).

- Im Bereich der Hautforschung setzten wir die Arbeit an unserem Wirkstoff gegen Hyperpigmentierung, **Thiamidol**, fort. In Zusammenarbeit mit der Nelson R. Mandela School of Medicine in Durban, Südafrika, erzielten wir in zwei unterschiedlichen Studien für uns wertvolle Ergebnisse. Beide zeigten die Vorteile von Thiamidol für „People of Color“ auf. In der einen Studie wurde das humane epidermale Saugblasenmodell verwendet, um Hyperpigmentierung kontrolliert auszulösen und direkt zu behandeln. Die zweite Studie wies die positive Wirkung einer Thiamidol-Behandlung bei einer bereits bestehenden post-inflammatorischen Hyperpigmentierung (PIH) nach. Thiamidol könnte sich damit zur bevorzugten Behandlungsmethode für eines der wichtigsten Hautprobleme von Menschen mit dunkel pigmentierter Haut entwickeln – und damit zu einem besseren Hautzustand verhelfen. Denn viele Verbraucher*innen mit dunkel pigmentierter Haut berichten, dass ihre Haut auf jede Art von Entzündung, beispielsweise Akne, mit einer oft dauerhaften Hyperpigmentierung reagiert.
- Unsere Forschung im Bereich des Coenzym **Q10** setzten unsere Wissenschaftler*innen ebenfalls fort und gewannen neue Erkenntnisse über das körpereigene Coenzym sowie die damit zusammenhängenden Hautalterungsprozesse. In Kooperation mit führenden Wissenschaftler*innen der Marche Polytechnic Universität in Ancona, Italien, konnten wir in einer Studie erstmals nachweisen, dass die altersbedingte Abnahme von Q10 in Hautzellen zur biologischen Alterung der menschlichen Hautzellen führt. Dies kann durch die Zufuhr von Q10 kompensiert werden, was dessen Schlüsselfunktion für die Anti-Aging-Forschung und die Bedeutung unserer Produkte mit Coenzym Q10 für eine vitale Haut – insbesondere für die Verbesserung der Hautelastizität und -festigkeit – deutlich unterstreicht. Darüber hinaus zeigte sich im Rahmen der Forschungsarbeit, dass das Coenzym Q10 einen positiven Einfluss auf die Produktion

von wichtigen Komponenten des Bindegewebes wie Kollagen und Elastin hat. Nehmen diese ab, verliert die Haut an Spannkraft und Elastizität. Ein Prozess, der bereits ab einem Alter von etwa 20 Jahren beginnt. Die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse, die im März 2021 in einer Q10-Spezialausgabe der Fachzeitschrift „Free Radical Biology & Medicine“ veröffentlicht wurden, zeigen, wie wertvoll die kontinuierliche Forschung an zentralen Themen ist.

- Einen wichtigen Meilenstein für die Anti-Aging-Forschung weltweit erreichten wir im Berichtsjahr mit der Entwicklung von „Age Clocks“ – eine Schlüsseltechnologie, die es uns erstmals erlaubt, das biologische Alter eines Gewebes genau vorherzusagen. Das Besondere dabei: Das Modell sagt nicht nur das biologische Alter vorher, sondern es simuliert auch den Beitrag bestimmter Gene und/oder Signalwege zur Hautalterung. Die Technologie ermöglicht es uns, einzelne Gene am Computer an- oder abzuschalten, um zu sehen, wie sich dies auf das biologische Alter der Haut auswirkt, ohne dass ein einziges Experiment im Labor durchgeführt werden muss. Diese Art der „simulierten Biologie“ lässt uns den komplexen Hautalterungsprozess besser verstehen, um daraus systematische Ansätze einer neuen Interventionsstrategie abzuleiten. Für die Entwicklung der neuen „Age Clock“ arbeiteten Beiersdorf Wissenschaftler*innen eng mit Bioinformatiker*innen und Mediziner*innen der Universitätsmedizin Greifswald zusammen. Die Forschungsarbeit profitierte maßgeblich von den Möglichkeiten künstlicher Intelligenz und innovativer Technologien – an ihren Schnittstellen entstehen neue Ansätze für Innovationen.
- Im Bereich der **Mikrobiomforschung**, einem Fachgebiet, das derzeit enorm an Bedeutung gewinnt, haben wir unsere Forschungsaktivitäten auch im Jahr 2021 weiter intensiviert. Beim Mikrobiom werden komplexe Gemeinschaften verschiedener Mikroorganismen untersucht, die fast alle Ökosysteme in einer Vielzahl von Zusammensetzungen besiedeln, darunter auch die Haut. Neben den Erkenntnissen, dass bestimmte Mikrobiota Hautkrankheiten fördern oder sogar auslösen und verschlimmern, scheinen andere Mikrobiota die Gesunderhaltung der Haut zu gewährleisten. Beiersdorf hat in diesem Forschungsgebiet eine führende Rolle eingenommen. Unseren Forscher*innen geht es darum, das Mikrobiom im Detail zu kennen und zu verstehen – denn dies ist für die Analyse verschiedener Hautzustände, Hautkrankheiten, aber auch verschiedener Erscheinungsformen gesunder Haut unerlässlich. Im Berichtsjahr ist es Beiersdorf-Forscher*innen in enger Zusammenarbeit mit Prof. Brüggemann von der dänischen Universität in Aarhus gelungen, zwei bedeutende Spezies der hautdominanten Mikrobiom-Gattung der Staphylokokken spezifisch zu erfassen: *Staphylococcus epidermidis* und *Staphylococcus warneri*. Für beide wurden Genomsegmente identifiziert, die eine Unterscheidung in Unterarten und Stämme erstmals möglich machen. Dabei hat das Forschungsteam nicht nur eine allen bisher verfügbaren Verfahren überlegene Methode entwickelt, sondern es wurde auch ein neues Licht auf die Rolle eines bisher weitgehend unterschätzten Hautbakteriums, *Staphylococcus saccharolyticus*, geworfen.

Unser geistiges Eigentum und unsere Innovationen schützen wir systematisch durch **globale Patente**. Darüber hinaus haben wir im Jahr 2021 im Zuge des effizienten Patentportfoliomanagements das Patentportfolio gestrafft, um die von uns entwickelten Wirkstoffe, Technologien und Produkte noch fokussierter abzusichern. Unser globales Patentportfolio umfasste zum Ende des Berichtsjahres rund 1.760 aktive Patente (Vorjahr: 2.663). Weltweit haben wir im Berichtsjahr 64 neue Patente angemeldet (Vorjahr: 77). Rund 900 Patente befanden sich zum 31. Dezember 2021 im laufenden Erteilungsverfahren (Vorjahr: 1.200).

Kollaboration fördert die Innovationskraft

Für Beiersdorf sind externe Partnerschaften ein integraler Bestandteil unserer Forschungs- und Entwicklungsarbeit. Denn wir sind davon überzeugt, dass wir durch die Bündelung unseres komplementären Know-hows und unserer Stärken die gemeinsame Innovationskraft steigern und die Entwicklung der Hautpflege von morgen beschleunigen können. Das globale Kollaborationsnetzwerk von Beiersdorf umfasste im Berichtsjahr eine Vielzahl unterschiedlicher Forschungsinstitute, Hochschulen, Start-ups, unabhängige Wissenschaftler*innen und Lieferant*innen. Neben konkreten Kooperationsvereinbarungen setzen wir auf das Prinzip der „Open Innovation“ und binden externe Partner*innen in viele unserer Entwicklungsprojekte ein. Unter dem Namen „Pearlfinders – We Open Innovation“ bieten wir ihnen über die Onlineplattform „Trusted Network“ (<https://trusted-pearlfinders.beiersdorf.com>) Zugang zu unseren vertraulichen, wissenschaftlichen Fragestellungen. Das auf gegenseitiges Vertrauen, Fairness und Partnerschaft basierende Netzwerk bietet ihnen zugleich die Möglichkeit, eigene Ideen und Lösungsansätze einzubringen.

Mit dem Ziel, den Austausch mit strategischen Partner*innen zu intensivieren und Innovationen voranzutreiben, initiierten Kolleg*innen aus der F&E und dem Bereich Procurement im Berichtsjahr den „Supplier Innovation Day“. Das virtuelle Event brachte Beiersdorf mit Partner*innen aus den Bereichen Rohstoff, Duft, Packmittel und ODM (Original Design Manufacturers) zusammen. Insbesondere im Feld Nachhaltigkeit/Recycling/Verpackung sehen wir interessante Perspektiven. Darüber hinaus bieten uns Kooperationen im Bereich der Biotechnologie neue Möglichkeiten, gezielt Rohstoffe mit neuen Funktionalitäten herzustellen. Diese Allianzen sehen wir als wichtigen Schlüssel, um Innovationen innerhalb und außerhalb des eigenen Kerngeschäfts voranzutreiben und durch strategische Kollaboration echte Mehrwerte für unsere Konsument*innen zu schaffen.

Starkes Forschungsnetzwerk

Wir sind davon überzeugt, dass die globale Präsenz unserer Forschung und Entwicklung maßgeblich zu unserem Erfolg beiträgt. Größter Standort unseres globalen Forschungs- und Entwicklungsnetzwerks ist unser Hautforschungszentrum in Hamburg, in dem wir zum 31. Dezember 2021 insgesamt 741 (Vorjahr: 705) Forscher*innen sowie Entwickler*innen beschäftigten. Hier betreiben wir im Wesentlichen die wichtige anwendungsorientierte Forschung. Denn indem wir die hauteigenen (Stoffwechsel-)Prozesse besser verstehen, erhalten die Wissenschaftler*innen in unserer Produktentwicklung aus unserer Sicht die ideale Grundlage, um neue, bedarfsgerechte Produkte

zu entwickeln - zum Beispiel mit neuen Wirkstoffen oder unter Zuhilfenahme neuer Technologien wie der künstlichen Intelligenz. Um zusätzlich unsere Innovationskraft zu stärken und die externe Wahrnehmung Beiersdorfs als führende Innovationskraft in der Hautpflege zu fördern, gründeten wir im Geschäftsjahr 2021 die neue Abteilung „Early Innovation“, die mit einem 16-köpfigen Team Kräfte aus verschiedenen Fachbereichen bündelt. Ziel der neuen Einheit ist es, eine marken- und kategorieübergreifende, langfristige Innovations-Roadmap mit starken Innovationsgeschichten voranzutreiben. Das Team fungiert dabei als Bindeglied zwischen allen beteiligten Fachfunktionen, die am Innovationsprozess beteiligt sind.

Da Produktqualität, -sicherheit und -verträglichkeit für Beiersdorf oberste Priorität haben, werden neu entwickelte Produkte vor der Markteinführung sowohl extern als auch im eigenen Testcenter von Beiersdorf innerhalb des Hautforschungszentrums intensiv getestet. Im Berichtszeitraum haben wir allein in Hamburg insgesamt 330 Studien mit 8.500 Teilnehmenden durchgeführt (Vorjahr: 360 Studien mit 10.000 Teilnehmenden). Extern führten wir im Jahr 2021 weitere 1.300 Studien mit 33.500 Teilnehmenden durch (Vorjahr: 1.150 Studien mit 35.000 Teilnehmenden).

Neben dem großen Hautforschungszentrum in Hamburg umfasst unser globales Forschungs- und Entwicklungsnetzwerk auch zwei große Innovationszentren in China (Shanghai) und den USA (New Jersey) sowie vier Entwicklungslabore in Mexiko, Brasilien, Indien und Japan. Sie ermöglichen uns, auf die kulturellen, ästhetischen und klimatischen Gegebenheiten einzugehen und Produkte zu entwickeln, die den individuellen lokalen Bedürfnissen und Präferenzen entsprechen. Gleichzeitig nehmen wir durch dieses Netzwerk am globalen Innovationsgeschehen teil und haben Zugang zu lokalen Expert*innen und Talenten, was wiederum für unsere globale Forschungs- und Entwicklungsarbeit wertvolle Impulse und Erkenntnisse liefert.

Unser im Juli 2020 eröffnetes **Innovationszentrum in Shanghai**, der mit 7.500 m² zweitgrößte Standort in unserem Forschungsverbund, ging im abgelaufenen Geschäftsjahr gleich zwei wichtige strategische Partnerschaften ein. Die Zusammenarbeit mit TMIC (TMall Innovation Center) war eine davon. TMIC ist eine Datenanalyse- und unabhängige Forschungsplattform, die auf Verbraucherdaten von Alibaba basiert. Sie ermöglicht es Marken, die richtigen Gelegenheitssegmente zu identifizieren, Innovationen auf der Grundlage der Bedürfnisse chinesischer Verbraucher*innen zu entwickeln, die richtigen Zielgruppen zu finden und Produkteinführungsstrategien zu optimieren. In den Jahren 2020 und 2021 haben wir in enger Zusammenarbeit mit TMIC eine Reihe von Produkten entwickelt und auf den Markt gebracht, die den Bedürfnissen der chinesischen Verbraucher*innen entsprechen, wie zum Beispiel das erste NIVEA MEN Augengel und Tone-up Creme im Jahr 2020 und die erste NIVEA Body Neck Cream im Jahr 2021. Auch in Zukunft werden neue Produktkonzepte und Innovationen innerhalb der definierten Zielgruppe über TMIC getestet.

Eine weitere strategische Partnerschaft ist die Zusammenarbeit mit Beauty Evolution (BEVOL), einer führenden chinesischen Plattform für Kosmetik- und Hautpflegeprodukte mit 30 Millionen Online-Nutzern. BEVOL bietet den Verbrauchern Informationen zu 27.000 kosmetischen Inhaltsstoffen und über 2.800.000 Hautpflegeprodukten. Mit den neu eingerichteten Produktbewer-

tungsmöglichkeiten in Shanghai konzentriert sich die Plattform nun verstärkt auf die Interaktion mit den Verbrauchern. Durch die Zusammenarbeit erwarten wir, den chinesischen Verbrauchern näher zu kommen und Erkenntnisse über neue Produktideen und neue Kommunikationswege zu gewinnen. Wir werden diese Partnerschaft auch nutzen, um die Personalisierung voranzutreiben und neue Produktentwicklungen noch gezielter zu überprüfen.

Im November des Berichtsjahres nahm erstmals ein Team unseres Innovationscenters in Shanghai an der CIIE, der „China International Import Expo“, teil. Wie in jedem unserer Forschungsstandorte legte auch unser Innovationszentrum in Shanghai im Berichtsjahr einen starken Fokus auf Nachhaltigkeitsthemen. Hierzu gehört die Integration von Recycling-, Wiederverwendungs- und Reduktionsdesigns in jede Produktentwicklung, die Verwendung von PCR-Materialien für unsere Produktverpackungen und das Engagement für einen reduzierten CO₂-Fußabdruck unserer Produkte, mit dem wir beabsichtigen, den aus unserer Sicht steigenden Bedürfnissen unserer chinesischen Verbraucher*innen nach Nachhaltigkeit zu entsprechen.

Jüngster Neuzugang in unserem Forschungsverbund ist unser **Innovationszentrum** am neuen Standort in Florham Park in **New Jersey**, USA. Es löst das bisherige Coppertone Forschungszentrum in New Jersey sowie das Beiersdorf Entwicklungslabor in Wilton, Connecticut ab. Die rund 3.000 m² Labor- und Bürofläche bieten aus unserer Sicht optimale Bedingungen für dezidierte klinische Forschungen und zur schnellen Entwicklung maßgeschneiderter Produktinnovationen der Marken NIVEA, Eucerin, Aquaphor und Coppertone für den nordamerikanischen Markt. Der Standort umfasst unter anderem ein Sensoriklabor für die stärkere Interaktion mit den Verbraucher*innen und arbeitet im Bereich der Derma- und Sonnenschutzinnovationen eng mit dem Entwicklungslabor in Hamburg zusammen. Da die USA der größte Markt für sog. OTC-Produkte ist (d.h. nicht verschreibungspflichtige Arzneimittel nach US-amerikanischer Definition) sind, wollen wir mit diesem neuen Standort zudem das erste globale Exzellenzzentrum für OTC-Produkte schaffen.

Personalisierung und künstliche Intelligenz

Themen wie künstliche Intelligenz (KI), Digitalisierung und Personalisierung gewinnen in der Hautpflege zunehmend an Bedeutung. Auch Beiersdorf setzte im Berichtsjahr in allen Bereichen deutliche Akzente und trieb verschiedene Forschungsaktivitäten voran. Bereits im Jahr 2019 etablierten wir den „Personalization Accelerator“. Eingebettet im Bereich Forschung & Entwicklung bündelt er, ähnlich wie ein Inkubator, Synergien verschiedener Personalisierungsinitiativen. Unterstützt wird die Funktion von einem funktionsübergreifenden Team mit Kolleg*innen aus den Bereichen Supply Chain, IT, Marketing und F&E. Eines der Ergebnisse des „Personalization Accelerators“ ist die im Februar 2021 neu eingeführte Gesichtspflegemarke O.W.N - die erste personalisierte Gesichtspflegeroutine von Beiersdorf (mehr dazu auf Seite 47 im Abschnitt „Produkt-Highlights“). O.W.N nutzt künstliche Intelligenz und beruht auf einem Algorithmus, der unser fundiertes Wissen zusammenführt und mehr als 380.000 möglichen Formelkombinationen für jede Person die beste individuelle Produktlösung auswählt. Hier kommen die Erkenntnisse der groß angelegten Beiersdorf Studie SKINLY zum Tragen - einem wichtigen Meilenstein unserer Aktivitäten im Bereich der künstlichen Intelligenz. Mit SKINLY startete Beiersdorf Ende 2019

eine der weltweit größten Hautpflegestudien mit Verbraucher*innen. Das Besondere dabei: Verbraucher*innen werden bei dieser Studie aktiv mittels digitaler Tools – einem speziellen Messgerät (inklusive einem Feuchtigkeits-sensor und drei unterschiedlichen Lichtquellen) und einer ergänzenden App – eingebunden und übermitteln zweimal am Tag die individuellen Hauseigenschaften, also Hautalter, Faltentiefe, Hautton, Tönungen und Unreinheiten, aber auch Informationen zu den Themen Schlaf, Ernährung, Hautbesonderheiten, Zyklus oder klimatische Bedingungen. Das Ökosystem lernt mittels „Machine Learning“ auf Basis künstlicher Intelligenz mit jeder Messung dazu. Seit Ende 2019 haben bereits über 14.500 Konsument*innen im Alter zwischen 18 und 80 Jahre aus Europa und Asien teilgenommen, weit über 5 Millionen Hautmessungen sind erfolgt. Je mehr Qualitätsdaten vorliegen, desto besser lassen sich externe Einflüsse auf die Haut verstehen und Rückschlüsse für die Entwicklung neuer Hautpflegelösungen ziehen.

Auch im Bereich der Formelentwicklung und -optimierung griffen wir im Berichtsjahr auf die Möglichkeiten der künstlichen Intelligenz zurück. In der neu gestarteten Zusammenarbeit mit „Uncountable“ setzten wir beispielsweise den Relaunch der NIVEA Essentials Tagespflegeprodukte um. Die Uncountable-Plattform ermöglichte uns, die komplexen Datenmengen schneller zu bearbeiten und so schneller und effizienter neue Formeln zu identifizieren, die bei gleicher Sensorik der bisherigen Produkte ausschließlich Inhaltsstoffe enthalten, die unserem Nachhaltigkeitsversprechen gerecht werden. Wir sehen in der künstlichen Intelligenz ein großes Potenzial und werden die Möglichkeiten daher auch in Zukunft für uns nutzen und damit die Digitalisierung in der Forschung weiter fördern.

Einen weiteren Akzent im Bereich der Personalisierung setzten wir im Mai des Berichtsjahres: Unsere OSCAR & PAUL Beiersdorf Venture Capital Unit investierte zusammen mit dem belgischen Venture Capital-Fonds 9.5 Ventures in die neue personalisierte Hautpflegemarke Routinely. Routinely setzt auf eine modulare Hautpflege-Routine, die die dynamische Beschaffenheit der Haut berücksichtigt. Ein initialer Onlinefragebogen sowie eine App helfen den Verbraucher*innen dabei, aus insgesamt 13 Unisex-Seren die Kombination zusammenzustellen, die perfekt auf ihre eigene Haut abgestimmt ist. Mithilfe der Selbsteinschätzung der Verbraucher*innen sowie eines erweiterten Algorithmus passt die App die Empfehlungen zur täglichen Pflege auf Basis der aktuellen Messergebnisse in Echtzeit individuell an. Dabei berücksichtigt Routinely neben den aktuellen Pflegebedürfnissen der Konsument*innen auch externe Faktoren wie Luftfeuchtigkeit, Temperatur, Luftqualität oder Sonneneinstrahlung. Auf diese Weise wollen wir mit der Marke Routinely, die zunächst in Belgien und den Niederlanden gelauncht wurde, den Verbraucher*innen genau die Wirkstoffe bieten, die sie aus unserer Sicht für eine bessere Hautgesundheit brauchen.

Diese Aktivitäten unterstreichen, auf wie vielen unterschiedlichen Ebenen Beiersdorf die Personalisierung der Hautpflege vorantreibt.

F&E-Nachhaltigkeitsversprechen¹

Die kontinuierliche Entwicklung innovativer und qualitativ hochwertiger Hautpflegeprodukte hat uns seit dem Jahr 1882 zu einem der weltweit führenden Hautpflegeunternehmen gemacht. Unser Anspruch war dabei immer, unsere Produkte stetig zu verbessern, um die Wünsche und Bedürfnisse

unserer Konsument*innen bestmöglich zu erfüllen. Ein Kriterium, das in diesem Zusammenhang mit den Jahren immer wichtiger wurde, ist die Umweltverträglichkeit unserer Produkte. Dies gilt sowohl für die Rezeptur als auch die Verpackungen, die wir im Sinne der vier Nachhaltigkeitsprinzipien „vermeiden, reduzieren, wiederverwenden und recyceln“ optimieren.

Unseren eigenen Anspruch haben wir im Berichtsjahr in unserem F&E-Nachhaltigkeitsversprechen formuliert. Demnach wollen wir mit möglichst wenigen Inhaltsstoffen die maximale Produktwirkung erzielen und wann immer möglich nachhaltige, biologisch abbaubare und/oder erneuerbare Rohstoffe und Verpackungen verwenden. In diesem Zusammenhang haben wir beispielsweise bereits im Jahr 2019 unser Kunststoffversprechen („Plastic Pledge 2025“) bekanntgegeben, wonach wir bei unseren europäischen Kunststoffverpackungen den Anteil an recyceltem Material bis zum Jahr 2025 auf 25% erhöhen wollen. Auch die Kreislaufwirtschaft hat bei uns höchste Priorität und wird gezielt gefördert.

Produkt-Highlights¹

Innovationen zu entwickeln, ist unsere Kernkompetenz und eine Basis für unseren nachhaltigen Unternehmenserfolg. Wesentliche Quelle für unsere gut gefüllte Innovationspipeline ist unsere starke Innovationskultur, die seit jeher in unserer Forschung und Entwicklung gelebt wird. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, mit der kontinuierlichen Einführung innovativer Hautpflegeprodukte die Bedarfe und Wünsche unserer Konsument*innen aufzugreifen und ihnen einen Mehrwert zu bieten. Dabei beschränken wir die Suche nach Innovationen nicht nur auf kosmetische Formulierungen – auch die Entwicklung innovativer, nachhaltiger Produktverpackungen und die immer stärkere Digitalisierung sind ein bedeutender Teil unserer Arbeit.

Nachfolgende Übersicht zeigt eine Auswahl unserer Innovationen des Berichtsjahres:

- Nach der erfolgreichen Einführung der **NIVEA CELLULAR LUMINOUS 630® Anti-Pigmentflecken Serie** im Jahr 2020 brachte Beiersdorf im Berichtsjahr insgesamt vier neue Pflegeprodukte der Serie auf den Markt. Sie alle enthalten den patentierten Wirkstoff LUMINOUS 630®, der vorhandene Pigmentflecken sichtbar reduziert und hilft, der Entstehung neuer Pigmentflecken vorzubeugen. Er ist das Ergebnis zehnjähriger akribischer Forschungsarbeit bei Beiersdorf. Zu den neuen Produkten, die zusätzlich Hyaluronsäure enthalten, gehören die **NIVEA CELLULAR LUMINOUS 630® Anti-Pigmentflecken Nachtpflege**, die **NIVEA CELLULAR LUMINOUS 630® Anti-Dunkle Augenringe Augenpflege**, das **NIVEA CELLULAR LUMINOUS 630® Anti-Pigmentflecken getönte Fluid SPF20** und die **NIVEA CELLULAR LUMINOUS 630® Anti-Pigmentflecken Handcreme**.
- Die neue **NIVEA Hydra Skin Effect Serie** versorgt die Haut nicht nur mit intensiver Feuchtigkeit, sondern enthält pures Hyaluron. Es werden zwei unterschiedliche Arten von Hyaluronsäure eingesetzt: Die langkettige Hyaluronsäure liegt auf der Haut auf, zieht Wasser an und schließt es ein, während die kurzkettige Hyaluronsäure tiefer in die Haut eindringt. Die Serie umfasst eine Tages- und Nachtcreme, eine Ampullen-Kur sowie eine Maske.

¹ Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des Lageberichts.

- Mit der **NIVEA Q10 Power Anti Falten + Straffung Tagespflege** haben wir unsere neue Generation von 100% hautidentischem Q10 auf den Markt gebracht. Gewonnen durch einen natürlichen Fermentierungsprozess, wirkt das hautidentische, doppelt aktive Q10 Falten effektiv entgegen und beugt dem Auftreten neuer Falten vor. Die Formel schützt die Haut vor freien Radikalen und versorgt sie mit Feuchtigkeit und Energie, die sie braucht, um sich besser zu regenerieren. Dabei kommt die vegane Creme, die keine tierischen oder aus Tieren gewonnene Inhaltsstoffe enthält, ohne Mikroplastik, Alkohol (Ethyl-Alkohol) und Mineralöle aus. Der Tiegel und der Deckel bestehen aus 50% recyceltem Material und sind vollständig recycelbar. Ebenfalls neu im Sortiment ist das **NIVEA Q10 Anti-Falten ULTRA SERUM NIGHT RECOVERY**. Es enthält eine leistungsstarke Kombination von Anti-Aging-Wirkstoffen, darunter das Pro-Vitamin B5 und reines Q10. Die Formel hilft, den natürlichen nächtlichen Regenerationsprozess der Haut zu optimieren.
- Mit den neuen **NIVEA SUN Kids Mineralischer UV-Schutz** Produkten mit Bio Aloe Vera haben wir im Jahr 2021 unser Produktportfolio um eine nachhaltige Produktvariante ergänzt: unsere ersten Sonnenschutzmittel mit rein mineralischen UV-Filtern – ganz ohne chemische UV-Filter und frei von Mikroplastik im Massenmarktsegment. Diese neue, vegane (ohne Inhaltsstoffe tierischen Ursprungs) und wasserfeste Technologieformel bietet zuverlässigen UVA- und UVB-Schutz (Lichtschutzfaktor 50+) und schützt die Haut effektiv vor Sonnenbrand und langfristigen Hautschäden. Darüber hinaus trägt die Formel zur kontinuierlichen Verbesserung der Umweltverträglichkeit unserer Sonnenschutzprodukte bei.
- Die **NIVEA Coffee to Care Serie** mit natürlichem Kaffee-Öl aus recyceltem Kaffeesatz wurde im Jahr 2021 nach nur fünf Monaten Projektarbeit eingeführt. Sie umfasst eine Gesichtscrème, ein Duschgel sowie eine Bodylotion und war zum Geschäftsjahresende eine der nachhaltigsten Pflegeserien von Beiersdorf. Die veganen Formeln enthalten keine tierischen oder aus Tieren gewonnene Inhaltsstoffe, bestehen zu 98% aus Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs und sind zu 99% biologisch abbaubar. Sie sind reich an Linolsäure und Flavonoiden, stärken die natürliche Hautbarriere und entfalten eine antioxidative Wirkung – für lebendig schöne Haut. Alle Produkte der NIVEA Coffee to Care Serie sind exklusiv online unter NIVEA.de erhältlich. Durch Upcycling von Inhaltsstoffen geht Beiersdorf einen weiteren Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft.
- Das neue **NIVEA ECODEO Naturally Good** überzeugt mit seiner klimafreundlicheren Sprühanwendung, die mit Stickstoff anstelle von herkömmlichen Treibgasen arbeitet. Das neue Applikationsformat hält doppelt so lange wie 150 ml Standarddosen und spart somit bei der Anwendung eine ganze Aluminiumdose. Die Dose wurde außerdem im Sinne des ökologischen Fußabdrucks optimiert. Die besondere NIVEA ECODEO Naturally Good-Formel besteht zu 95% aus Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs.
- „Förderung der Kreislaufwirtschaft“ war der Leitgedanke bei der Entwicklung des neuen **NIVEA EcoRefill Handseife Sortiments**. Die Produkte vereinen ein System von nachfüllbaren Tabs, die sich bei Zugabe von Wasser auflösen und in eine flüssige Handseifenformel verwandeln, mit einer nachfüllbaren und wiederverwendbaren Flasche. Diese sind aus 100% recyceltem Material hergestellt (ohne Pumpe und Etikett); die Tabs sind in einer zertifizierten minimalistischen Papierverpackung verpackt. Im Ergebnis bieten die Produkte eine milde und angenehm schäumende Handreinigung, die im Vergleich zu herkömmlichen Handwaschgels deutlich weniger CO₂-Emissionen pro Anwendung verursachen.
- Unsere neue **NIVEA MEN SENSITIVE-PRO ULTRA CALMING** Gesichtspflegeserie vereint pflanzliches Hanfsamen-Öl mit Vitamin E. Die leichte Formel hilft dabei, gereizte Haut zu beruhigen und vor Hautirritationen zu schützen. Das Sortiment umfasst neben einer veganen Feuchtigkeitcreme (Formel ohne Inhaltsstoffe tierischen Ursprungs), einem Gesicht- und Bartbalsam und einem Rasierschaum, auch eine neue flüssige Rasiercreme, die frei von Treibgasen ist. Beide Rasierprodukte sorgen für eine gründliche und sanfte Rasur.
- Die neue **Labello Naturally Vegan Serie**, die von Ecocert® Cosmos Natural als Naturkosmetik zertifiziert wurde, umfasst die Sorten „Açaí Beere & Sheabutter“ und „Hanföl & Sheabutter“. Beide Pflegeformeln sind vegan (ohne Inhaltsstoffe tierischen Ursprungs), basieren zu 100% auf Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs und versorgen die Lippen mit viel Feuchtigkeit und reichhaltiger Pflege. Bei der Umverpackung verzichtet die neue Labello Serie vollständig auf Plastik; der Karton ist FSC-zertifiziert.
- Mit dem neuen **Eucerin DERMOPURE Triple Effect Serum** haben wir im Berichtsjahr ein neues Produkt für alle von Akne betroffenen Verbraucher*innen auf den Markt gebracht. Das Serum mit dem patentierten Wirkstoff Thiamidol mildert hartnäckige Pickelmale (post-inflammatorische Hyperpigmentierung) und reduziert Hautunreinheiten effektiv. Zweimal täglich angewendet und mit Eucerin DERMOPURE Schutzfluid LSF 30 für akneanfällige Haut kombiniert, bewirkt das DERMOPURE Triple Effect Serum nach acht Wochen regelmäßiger Anwendung bei 95 von 100 Verbraucher*innen eine deutliche Reduzierung der Akne-Makel (Unreinheiten und Pickelmale).
- Mit der neuen Innovation **Eucerin ACTINIC CONTROL^{MD}** lancierte Beiersdorf im Berichtsjahr sein erstes zertifiziertes Medizinprodukt mit Lichtschutzfaktor 100. Der effektive Sonnenschutz beugt aktinischer Keratose (die häufigste Frühform von Hautkrebs) und nicht-melanozytärem Hautkrebs (= heller Hautkrebs) vor und ist zum therapiebegleitenden Schutz bei aktinischer Keratose geeignet¹. Das leichte Fluid eignet sich für die tägliche Anwendung und bietet durch die hochwirksame Kombination aus hohem UVA-/UVB-Schutz und Breitbandfiltern einen sehr hohen Sonnenschutz vor sonnenbedingten Hautschäden bei sonnenempfindlicher Haut. Darüber hinaus empfehlen wir Eucerin ACTINIC CONTROL^{MD} für Menschen, die in hohem Maße der Sonne ausgesetzt sind, zum Beispiel spezielle Berufsgruppen und Sportler*innen.
- Die Anti-Age-Serie **Eucerin Hyaluron Filler + 3x Effect** haben wir im Jahr 2021 einem umfangreichen Relaunch unterzogen. Die neuen Formeln mit lang- und kurzkettiger Hyaluronsäure, Saponin und Enoxolon füllen, stimulieren und schützen die Haut und wirken so den Zeichen der Hautalterung entgegen – für sichtbar jünger aussehende, glattere und strahlende Haut. Die lang- und kurzkettige Hyaluronsäure polstert selbst tiefste Falten sichtbar auf. Das antioxidative Saponin aktiviert die hauteigene Hyaluronsäure-Produktion und schützt die Haut vor freien Radikalen. Enoxolon verringert den natürlichen Hyaluronsäure-Abbau.

¹ vgl. S3 Guideline „Aktinische Keratose und Plattenepithelkarzinom der Haut“; eine eigene Studie mit ACTINIC CONTROL^{MD} existiert nicht

- Das **gesamte Hansaplast-Sortiment** wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr neu aufgelegt und mit dem zusätzlichen „**Bacteria Shield**“-Logo versehen. Die Hansaplast-Kompressen blockieren den Durchtritt von Bakterien durch das Trägermaterial und bilden so eine hervorragende Wundabdeckung, die 99 % der Bakterien abhält, die Wunde schützt und sauber hält. Auf diese Weise schaffen **Hansaplast Bacteria Shield Pflaster** gute Voraussetzungen dafür, dass die körpereigenen Heilungsmechanismen ungehindert ablaufen können.
- Unter unserer Luxusmarke **La Prairie** haben wir im Jahr 2021 das neue Anti-Aging-Produkt **Platinum Rare Haute-Rejuvenation Protocol** auf den Markt gebracht. Das Produkt wirkt auf die wichtigsten Verjüngungsprozesse der Haut ein, um die Zeichen der Hautalterung zu minimieren. Die einmonatige Intensivkur besteht aus drei Ampullen – jede Ampulle für zehn Tage, die Tag und Nacht angewendet werden. Sie tragen dazu bei, das Hautvolumen wiederherzustellen, das Gefühl von Festigkeit und Elastizität der Haut zu fördern und so ein jugendlicheres Aussehen zu verleihen. Im vergangenen Geschäftsjahr wurde die **Skin Caviar Collection** zudem um eine Innovation ergänzt: das **La Prairie Skin Caviar Nighttime Oil** basiert auf einer einzigartigen Kombination aus Kaviarlipiden und aus Kaviar gewonnenem Retinol, um feine Linien und Falten zu glätten, das Gefühl von Elastizität und Festigkeit der Haut zu verbessern und die Barrierefunktion der Haut zu stärken. Das feuchtigkeitsspendende Gesichtslöl ist besonders in der Nacht, aber auch darüber hinaus wirksam.
- Mit **Coppertone Sport Mineral** führte unsere amerikanische Sonnenschutzmarke im Jahr 2021 eine Sport-Sonnenschutzserie mit 100 % mineralischem Sonnenschutz auf der Basis eines Zinkoxid-Wirkstoffs ein. Die haltbaren Formeln bieten Schutz vor Schweiß, Hitze und Wasser. **Coppertone Sport Mineral**, mit natürlichem Zinkoxid, lässt sich leicht auftragen und ist wasserfest (80 Minuten). Die **Coppertone Pure & Simple Sunscreen Sprays** bietet zuverlässigen, 100 % mineralischen Sonnenschutz auf der Basis eines Zinkoxid-Wirkstoffs und sind für die ganze Familie (Erwachsene, Kinder und Babys) geeignet. Die Formeln sind wasserabweisend (80 Minuten), bieten Breitband-UVA/UVB-Schutz und enthalten pflanzliche Extrakte. Das **Coppertone Pure & Simple Sunscreen Spray** mit natürlichem Zinkoxid ist hypoallergen und sanft und somit für empfindliche Haut geeignet.
- Mit der Einführung der neuen, innovativen Hautpflegemarke **O.W.N** (Only What's Needed) ging Beiersdorf im abgelaufenen Geschäftsjahr auf den Trend personalisierter Gesichtspflege ein. Basierend auf der Idee, dass jede Haut einzigartig ist, bietet O.W.N in europäischen Schlüsselmärkten eine Pflegeroutine, die auf die individuellen Hautbedürfnisse der Verbraucher*innen zugeschnitten ist. Grundlage dieser Personalisierung sind ein wissenschaftlich ausgewerteter Fragebogen und der O.W.N-Personalisierungsalgorithmus, der auf den Erkenntnissen und Daten einer Studie mit mehr als 4.000 Verbraucher*innen basiert. Die Produkte passen sich darüber hinaus im Laufe der Zeit verschiedenen Veränderungen an, darunter Veränderungen der Umwelt, der Hautbedürfnisse oder der Haut im Jahreszeitenverlauf. Die Produkte – darunter eine Tagescreme, eine Nachtcreme, ein Mizellenwasser und ein Waschgel – werden rein digital über die Internetseite www.ownskincare.eu vertrieben. Die Formeln sind biologisch abbaubar, die Tiegel und Flaschen darüber hinaus wiederauffüllbar, um Plastikmüll zu reduzieren.

tesa

Produkt- und Technologie-Entwicklung¹ Kleben statt schrauben und schweißen

Im Bereich Produkt- und Technologie-Entwicklung konzentrierte sich tesa im Jahr 2021 weiter auf das strukturelle Verkleben. Dies umfasste Technologien für Klebelösungen mit besonders hoher Verbindungsfestigkeit und Langzeitbeständigkeit, wie sie bisher nur mit mechanischen Verbindungstechniken wie Schrauben, Nieten und Schweißen erreicht werden können. Für die Automobilindustrie hat tesa langzeitstabile Hochleistungsklebelösungen zur Nahtabdichtung von Karosseriebauteilen entwickelt, die in den Lackierstraßen der Kund*innen zur Anwendung kommen. Nach der Trocknung zeichnet sich die Naht durch eine perfekte optische Ästhetik, dauerhafte Flexibilität und Rissbildungsresistenz bei Temperaturen bis -30 °C aus. Die Bemusterung globaler Innovationsführer der Automobilindustrie mit erfolgversprechenden Prototypen stieß auf positive Resonanz. Derartige Klebelösungen können auch für die Überbrückung von Spalten in der Karosserie verwendet werden.

Ein weiteres Fokusfeld bildete die strukturelle Verklebung bei der Montage von elektronischen Endgeräten wie Mobiltelefonen. Hierfür konnten Klebesysteme entwickelt werden, die bereits bei Raumtemperatur zu sehr festen Verbindungen führen, so dass auch sehr wärmeempfindliche Materialien fest verklebt werden können. Im Jahr 2021 wurde eine Auswahl an Prototypen bei innovationsführenden Unternehmen für verschiedenste Anwendungen erfolgreich getestet, die nun in Serie gefertigt werden können. Moderne Designs mobiler Endgeräte und deren Komponenten mit sehr kleinen Verklebungsflächen werden so ermöglicht. Mit der Entwicklung neuer Prototypen für die Erschließung zusätzlicher Anwendungsfelder mit erforderlicher Verklebung bei Raumtemperatur konnte tesa auf bisherige Erfolge aufbauen. Die Ergebnisse finden beispielsweise in der Batterieproduktion oder der Verklebung von Textilien Anwendung.

Nachhaltige Produkt- und Technologiekonzepte

Der Schwerpunkt bei der Entwicklung von nachhaltigen Technologien und Produktkonzepten hat im Berichtsjahr besondere Dynamik und Aufmerksamkeit erfahren. Für Verpackungsklebebänder wurden Produktkonzepte auf Basis nachwachsender Rohstoffe sowie Prinzipien zur Kompostierbarkeit erfolgreich getestet und einige davon stehen nun für die Aufnahme der Serienproduktion bereit. Außerdem arbeitete tesa an Produkten aus recycelten Rohstoffen, beispielsweise mit Folien aus sogenanntem post-consumer-recycltem PET oder Trennpapieren aus recycelten Fasern. Auch bei Hochleistungsklebebändern wurde ein Fokus auf den Ersatz von erdölbasierten Rohstoffen durch nachwachsende Rohstoffe gelegt. Entsprechende Prototypen für die Verklebung von Komponenten mobiler Endgeräte wurden entwickelt und Leitkund*innen präsentiert.

Zusätzlich kommt der Möglichkeit, Produkte im Herstellungsprozess zu überarbeiten, während der Produktlebenszeit zu reparieren und am Produktlebensende zu recyceln, zunehmend größere Bedeutung zu. Entsprechende Klebebandlösungen, die auf verschiedenen Technologien und Produktkonzepten aufbauen, konnten im Jahr 2021 entwickelt und in den Prozessen der Kund*innen getestet werden. So können beispielsweise mobile Endgeräte überarbeitet oder repariert werden. Die Herangehensweise erlaubt die Abfallvermeidung durch Rückgewinnung und die Wiederverwertung von hochwertigen verklebten Bauteilen.

¹ Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

Weiterentwicklung lösungsmittelfreier Technologien

Auch im vergangenen Geschäftsjahr wurde die Entwicklung besonders nachhaltiger lösungsmittelfreier Technologien zur Fertigung von Klebebändern intensiv vorangetrieben und erweitert. Neben verbesserter Material- und Energieeffizienz erlauben diese Technologien im Allgemeinen auch neue Produktdesigns. Weitere Prozessierungskonzepte zur Extrusion von Klebebändern wurden entwickelt und optimiert, um neben verbesserter Effizienz auch eine verbesserte Leistungsfähigkeit der Produkte zu erzielen. Auf die Erfahrungen der vergangenen Jahre aufbauend, konnte das auf Extrusion basierende Produktsortiment von tesa um Montagelösungen für Embleme, Schilder und Designelemente erweitert werden. Darüber hinaus konnten Prototypen für anspruchsvolle Anwendungen, wie z.B. die Komponentenverklebung in Mobiltelefonen, durch aus neuen Rohstoffen bestehende extrudierte Schichten hergestellt werden. Diese weisen im Vergleich zu bestehenden Produkten eine verbesserte Stoßresistenz auf. So werden beispielsweise mobile Endgeräte besser gegen Beschädigungen durch Stürze geschützt. Die Entwicklung und Produktion thermisch leitfähiger Klebebandprototypen zum Schutz von Batterien vor Überhitzung stellt ein weiteres Beispiel dar.

Wasserbasierte Klebmassen bieten eine weitere Möglichkeit zur lösungsmittelfreien Herstellung von Klebebändern. Hier intensivierte tesa seine Aktivitäten im Jahr 2021 durch die Kooperation mit Forschungsinstituten und Industriepartner*innen. Als Ergebnis konnte die Produktion verbesserter Prototypen für die Kabelsatzwicklung realisiert werden.

Technologien für Displays und Verglasungen

Im Jahr 2021 hat tesa seine Pilotfertigungs- und Produktionskapazitäten für optisch hochtransparente und reinraumgefertigte Klebebänder für Displays in Automobilen oder Mobiltelefonen weiter ausgebaut. Dabei wurde die Verfahrenstechnik daraufhin optimiert, qualitativ hochwertige Produkte mit hervorragender Verklebungskraft herzustellen, die für Endverbraucher*innen völlig unsichtbar sind. Parallel wurden zahlreiche Entwicklungsaktivitäten gestartet und Prototypen hergestellt, wie beispielsweise zur Anwendung in interaktiven Displays von Automobilen.

Eine weitere Neuentwicklung zielt auf die Steuerung des Wärmedurchgangs von Verglasungen ab, um so den Energiebedarf von Gebäuden zu reduzieren. Anhand von intelligenten hochtransparenten Prototypen bewerten mit uns kooperierende Unternehmen aus der Industrie derzeit das Energieeinsparungspotenzial für den Betrieb von Klimaanlagen.

Produktlösungen für die Elektromobilität

Der stetig wachsende Markt der Elektromobilität hat sich auch im Jahr 2021 in tesa Entwicklungsaktivitäten wiedergespiegelt. Die Sicherheit der Fahrzeuginsassen in Hinblick auf die von Traktionsbatterien ausgehenden Brandrisiken stellt hierbei einen wesentlichen Aspekt dar. Verschiedene Prototypen, die eine sichere Verklebung erlauben und die Ausbreitung eines Feuers über die lokale Brandstelle hinaus ausreichend verzögern, konnten erfolgreich auf die hohen Anforderungen der Kunden*innen getestet werden. Die Klebebänder konnten Flammtemperaturen von bis zu 1.200 °C über mehrere Minuten standhalten und können so Insassen im Falle eines Unfalls die Rettung ermöglichen.

Neben der Brandsicherheit ist auch eine zuverlässige elektrische Isolation der Komponenten erforderlich, um so eine sichere Batterie herzustellen. Im Berichtsjahr konnten mikrolochfreie Prototypen eines Isolationsklebebands für Batteriezellen einem marktführenden Batterieproduzenten präsentiert werden. Zur Sicherstellung einer engen Kooperation im Rahmen aller globalen Entwicklungspartnerschaften wurde das bestehende Netzwerk für die Entwicklung von Technologien, Produkten und Applikationsprozessen im Jahre 2021 weiter gestärkt.

Ausblick auf die Zukunft: Wasserstoff Brennstoffzelle

Auch im Jahre 2021 hat tesa seine Entwicklungskapazitäten auf die Erschließung von Zukunftstechnologien ausgerichtet und einen Fokus auf Nachhaltigkeitsthemen gesetzt. Beispiele hierfür sind die Projekte im Bereich der Wasserstofftechnologie, die eine vollständig erneuerbare Energieerzeugung erlaubt. Hierfür wurden eine fundierte Technologiebewertung durchgeführt und in Kooperation mit innovationsführenden Unternehmen und Forschungsinstituten Konzepte für entsprechende Klebebandlösungen entwickelt. Mit Hilfe passender verklebender und dichtender Klebebänder soll so die effiziente Energiespeicherung und -umwandlung in modernen Brennstoffzellen ermöglicht werden.

Weitere Informationen zur Produkt- und Technologie-Entwicklung bei tesa finden Sie unter www.tesa.com/de-de/ueber-uns/product-and-technology-development

Menschen bei Beiersdorf¹

Unsere Mitarbeitenden sind der Schlüssel zu unserem Erfolg. Ihre Leistung, ihre emotionale Bindung und der Einsatz ihres Wissens beeinflussen die Attraktivität unserer Marken und Produkte auf der ganzen Welt – und bilden somit die Basis für unseren nachhaltigen unternehmerischen Erfolg.

Zum 31. Dezember 2021 beschäftigte Beiersdorf weltweit 20.567 Mitarbeitende und damit 1,3% mehr als im Jahr zuvor (Vorjahr: 20.306). Von ihnen waren 6.593 (Vorjahr: 6.449) in Deutschland tätig, was einem Anteil von 32% entspricht (Vorjahr: 32%). Im Unternehmensbereich Consumer arbeiteten insgesamt 15.740 Beschäftigte (Vorjahr: 15.590), 4.827 bei tesa (Vorjahr: 4.716).

Consumer

Arbeiten in der neuen Realität – Personalarbeit im Jahr 2021

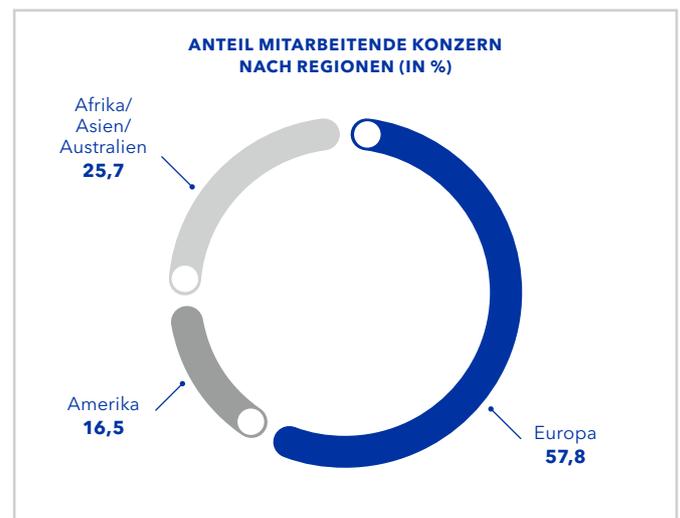
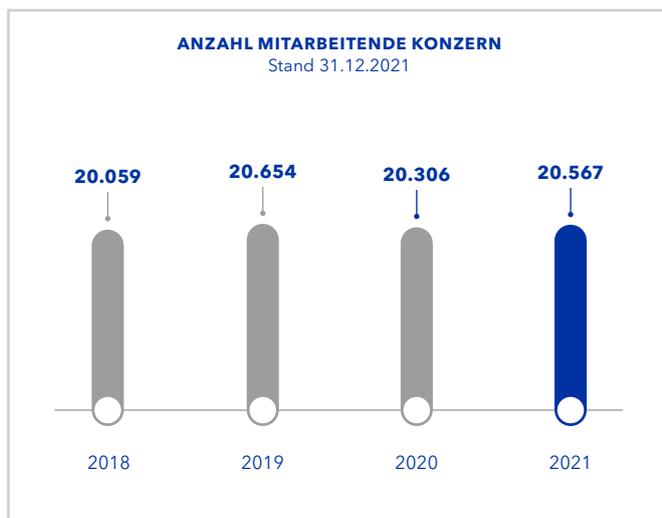
Die Corona-Pandemie hat die Personalarbeit deutlich beeinflusst und verlangte in den vergangenen Monaten von allen Seiten ein Höchstmaß an Flexibilität. Schon im Jahr 2020 hat sich gezeigt, dass wir auf die besonderen Herausforderungen gut vorbereitet waren. Denn eine zeitgemäße Personalarbeit, geprägt durch eine Kultur des vertrauensvollen Miteinanders, Offenheit für agile Formen der Zusammenarbeit und die Bereitschaft zur ständigen Weiterentwicklung und Digitalisierung, schafft eine Basis, mit der sich Krisen dieser Art leichter bewältigen lassen. Zukunftsinvestitionen in die Personalarbeit, wie wir sie im Rahmen unserer Strategie C.A.R.E.+ gezielt fördern, helfen uns zudem dabei, unsere Personalarbeit auf die Anforderungen der Zukunft auszurichten und die Arbeitskultur noch weiter zu verbessern. Schwerpunkte sehen wir hier insbesondere in Themen wie die lernende Organisation, neue Arbeitswelt („New Work“) sowie Konzepte zur Förderung von Diversity & Inclusion (D&I).

Unternehmenskultur

Unsere Mitarbeitenden schätzen die einzigartige Unternehmenskultur von Beiersdorf. Wir setzen auf Werte wie Offenheit, Vertrauen, Internationalität und eine von Ehrlichkeit geprägte Unternehmenskultur und fördern ein Arbeitsumfeld, in dem Teamwork und insbesondere gegenseitiger Respekt einen hohen Stellenwert besitzen. Unsere Zielrichtung der „Kulturarbeit“ ist beständig geblieben: die emotionale Bindung zwischen Menschen und Unternehmen zu stärken, Beschäftigte an Entscheidungen und am Erfolg zu beteiligen sowie Führungskräfte so zu unterstützen, dass sie den immer komplexer werdenden Aufgaben stets gewachsen sind. Insbesondere in Zeiten der Corona-Pandemie hat sich diese Herangehensweise bezahlt gemacht. Auch in Zeiten sozialer Distanz standen wir uns als Team sehr nah und haben uns gegenseitig unterstützt. Das wurde auch durch unsere Mitarbeitenden-Befragung „teampulse“ deutlich in der unsere Mitarbeitenden Feedback zu unserer Unternehmenskultur gaben. Die höchsten Zustimmungswerte erhielten die einzigartige Unternehmenskultur, die sehr hohe Identifikation mit unserem Purpose Care Beyond Skin und der Glaube an unsere vier Core Values („Care“, „Simplicity“, „Courage“ und „Trust“).

Attraktivität als arbeitgebendes Unternehmen und emotionale Bindung („Engagement“)

Die emotionale Bindung unserer Mitarbeitenden liegt Beiersdorf besonders am Herzen. Aus diesem Grund überprüfen wir dieses Kriterium regelmäßig über globale Mitarbeitenden-Befragungen. Ziel ist es, mit dieser Befragung den kontinuierlichen Dialog zwischen Führungskräften und ihren Teams zu fördern und Mitarbeitenden die Chance zu geben, sich bei der Gestaltung des eigenen Arbeitsplatzes aktiv zu beteiligen. Im Jahr 2020 haben wir unsere neue Engagement-Umfrage „teampulse“ bereits für den Großteil der internationalen und europäischen Tochtergesellschaften schrittweise ein- und durchgeführt. Sie ermöglichte uns eine schnellere Datenauswertung und bietet somit die Gelegenheit einer unmittelbaren „Pulsmessung“. Aufgrund einer Klärung im Rahmen der Datenschutzbestimmungen in der EU verzögerte sich die Einführung von „teampulse“ für einige Länder Europas,



¹ Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

darunter auch Deutschland. Im Berichtsjahr konnte „teampulse“ nun erstmals global und einheitlich in allen Beiersdorf Ländergesellschaften durchgeführt werden. Die Rücklaufquote lag mit 89% auf Vorjahresniveau. Wie bereits im vorangegangenen Jahr zeigte sich über alle Regionen hinweg ein sehr homogenes Bild. Die Beiersdorf Kultur, der Purpose Care Beyond Skin und der Glaube an unsere vier Core Values („Care“, „Simplicity“, „Courage“ und „Trust“) erhielten in den jeweiligen Tochtergesellschaften große Zustimmung. Ergänzend zu den Antworten aus dem standardisierten Fragebogen, erhielt das Führungsteam von Beiersdorf in über 21.500 Kommentaren detailliertes Feedback. Diese Rückmeldungen sollen als Basis dienen, um auf Teamebene über Ideen zu sprechen und Maßnahmen zu entwickeln, die Beiersdorf als arbeitgebendes Unternehmen weiter verbessern. Auf diese Weise schaffen wir gemeinsam ein Arbeitsumfeld, in dem alle Mitarbeitenden ihr Bestes geben können. Um die spezifischen „Business Needs“ in bestimmten Regionen besser zu verstehen, wurden zusätzlich zur globalen teampulse-Befragung im Berichtsjahr mehrere sogenannte „Local Pulses“ durchgeführt. Bei diesen handelt es sich um lokale Mitarbeitenden-Befragungen zu bestimmten Themen – jeweils verbunden mit dem Ziel, ein tieferes Verständnis der Bedürfnisse der Mitarbeitenden zu gewinnen. Die lokalen „Pulsmessungen“ halfen uns dabei, gezielte, lokale Maßnahmen zu entwickeln und den Dialog zwischen Management und Mitarbeitenden auf lokaler Ebene zu stärken.

Partizipation und Teilhabe

Partizipation und Teilhabe sind wesentliche Erfolgsfaktoren für eine positive Unternehmenskultur und die Attraktivität des arbeitgebenden Unternehmens. Die Grundlage hierfür bilden die transparente Kommunikation zwischen Management und Mitarbeitenden sowie der Dialog auf Augenhöhe unter der gesamten Belegschaft. Da auch im zweiten Corona-Jahr Präsenz-Meetings über viele Monate in den meisten Ländern nicht möglich waren, wurde die innerbetriebliche Kommunikation mithilfe von digitalen Lösungen weiter forciert. Digitale und später hybride „Townhall-Meetings“ und Betriebsversammlungen sowie zahlreiche Online-Events mit Dialogmöglichkeiten gehörten im Berichtsjahr zu den klassischen Maßnahmen, um auch in Zeiten verstärkter Heimarbeit den Kontakt untereinander zu halten. Die Nähe vom Management zur Belegschaft, vor allem aber auch die Nähe untereinander, soll dabei unterstützen, in Zeiten der Pandemie weiterhin als ein Team zu funktionieren.

Auch die enge Einbindung von Arbeitnehmendvertretungen ist Teil unserer Unternehmenskultur – sie ermöglicht uns durch eine konstruktive und vertrauensvolle Zusammenarbeit wichtige, manchmal auch schwierige Entscheidungen gemeinsam zu treffen und zu realisieren. Dies galt auch für das Geschäftsjahr 2021. In Deutschland etwa fanden alle wichtigen Meetings der Mitbestimmung aufgrund der Corona-Situation überwiegend online, manchmal hybrid statt. Auch der „European Dialogue“, der Zusammenschluss europäischer Arbeitnehmendvertretungen bei Beiersdorf, setzte 2021 seine Arbeit fort.

Mit dem Ziel, die enge und vertrauensvolle Beziehung zwischen Mitarbeitenden und Führungskräften zu stärken, haben wir im Mai des Berichtsjahres das Performance Management neu aufgestellt. Der neue „Development

& Potential“-Ansatz fokussiert auf kontinuierliche Mitarbeitendengespräche, ohne Bewertungen nach Schulnoten oder Punktzahlen, und entkoppelt das Feedback von der früher üblichen jährlichen variablen Bonuszahlung. Die beiderseitigen Feedbackgespräche werden dadurch offener und die Bereitschaft des Zuhörens und der Kritikannahme höher. Anstelle der jährlichen, variablen Zahlung wurde im Rahmen der neuen Systematik eine gemeinschaftliche, vertrauensbasierte Erfolgsbeteiligung eingeführt. Zusätzlich bekommen Führungskräfte ein Budget zur Verfügung gestellt, das unterjährlich an Beschäftigte oder ganze Teams ausgeschüttet werden kann, die außergewöhnliche Leistungen erbracht haben. Insgesamt erfordert das neue System mehr Ehrlichkeit, Unterstützung und Konsequenz bei unzureichenden Leistungen.

Ein weiteres Beispiel für Partizipation und Teilhabe betrifft das Thema Arbeiten an einem flexiblen Arbeitsort, das seit dem 1. Dezember 2020 über eine Betriebsvereinbarung für die Beiersdorf AG, Beiersdorf Customer Supply GmbH und Beiersdorf Shared Services GmbH geregelt ist. Mehr zu diesem Thema, das auch die Führung von Mitarbeitenden betrifft, ist im nachfolgenden Abschnitt „Führung“ zu finden.

Auch die Beteiligung der Belegschaft am sogenannten „Campus-Projekt“, der Neubau der Hamburger Konzernzentrale, setzte sich 2021 fort. Über virtuelle Touren und Baustellenbesichtigungen vor Ort konnten sich die Kolleg*innen in Kleingruppen selbst vom Fortschritt des Projekts überzeugen. Über 100 Team-Repräsentant*innen wirkten zudem in zahlreichen Workshops daran mit, die Flächenplanung auszugestalten. Im „Campus Pilot Space“ machte das Projektteam die zukünftige Arbeitsplatzumgebung für alle erlebbar und über „Chair Checks“ in kleinen Gruppen waren alle Mitarbeitenden dazu aufgerufen, die Auswahl der neuen Campus-Möbel mitzugestalten. Um ein Gefühl der Zusammengehörigkeit zu schaffen, initiierte das Campus-Projektteam im Berichtsjahr ebenfalls die sogenannte „Campus Naming Challenge“, mit der alle Kolleg*innen aufgerufen waren, am Gebäudekonzept mitzuwirken, Namensvorschläge und Ideen einzureichen und bestehende Ideen zu bewerten.

Partizipation und Teilhabe ist zudem das Ziel zahlreicher „Diversity & Inclusion“-Aktivitäten, die am Ende des Kapitels näher vorgestellt werden. Hierzu zählen insbesondere die neue „Gender Parity Ambition“ sowie die neue D&I-Strategie für mehr Vielfalt in Führungspositionen.

Führung

Auch das Thema Führung gehört bei uns zu den wesentlichen Kriterien für ein attraktives Arbeitsumfeld. Mit „Leadership the Beiersdorf Way“ haben wir im Jahr 2017 unser Verständnis einer guten Führungskultur formuliert. Es basiert auf unseren Unternehmenswerten „Care“, „Simplicity“, „Courage“ und „Trust“ und zielt darauf ab, Führungspersönlichkeiten zu entwickeln, die authentisch sind, inspirieren und ihr Team zu herausragenden Leistungen befähigen. Die Idee dahinter: Indem Mitarbeitende mehr Entscheidungsbefugnisse bekommen, steigen die emotionale Bindung („Engagement“) und Eigenverantwortung aller. Dies führt zu besseren Teamleistungen und einer höheren intrinsischen Motivation.

Unser erklärtes Ziel besteht darin, die Mehrheit der Managementpositionen mit Talenten aus den eigenen Reihen zu besetzen. Zukünftige Führungskräfte bereiten wir auf diese neue Rolle durch verschiedene Maßnahmen vor. Im Geschäftsjahr 2021 haben wir 100% der Stellen der ersten Managementgruppe (Vorjahr: 60%) und 88% der zweiten Managementgruppe (Vorjahr: 79%) an interne Kandidierende vergeben.

Um neue Führungstalente zu identifizieren und zu fördern, setzt Beiersdorf verschiedene Methoden ein. Ein wesentliches Instrument ist der im Mai 2021 neu eingeführte „Development & Potential Process“, der unter dem Motto „Develop your way“ die individuelle Entwicklung aller Mitarbeitenden weltweit in den Mittelpunkt stellt und der auf einen stärkeren Austausch zwischen Mitarbeitenden und Führungskräften setzt. Über eine fokussierte Selbstreflexion, Austauschrunden zwischen Führungskräften („Development Reviews“) und individuelle Entwicklungsgespräche, in denen ein individueller Entwicklungsplan besprochen wird, soll jede*r auf sich persönlich zugeschnitten in der Entwicklung unterstützt werden. Talente mit Führungspotenzial sollen auf diese Weise rechtzeitig identifiziert werden und so die Möglichkeit erhalten, frühzeitig relevante Erfahrungen zu sammeln, um sich entwickeln zu können. Um das Potenzial von Mitarbeitenden besser identifizieren zu können, setzen wir auf das „Learning Agility Model“, das die vier Dimensionen „Mental Agility“, „People Agility“, „Change Agility“ und „Results Agility“ umfasst. Im Kern geht es darum, potenzielle Führungskräfte zu identifizieren, die die Fähigkeit haben, sich an neue Rahmenbedingungen anzupassen, schnell und aus Erfahrungen zu lernen und sich weiterzuentwickeln. Potential ist daher nicht mit der Performance gleichzusetzen, vielmehr geht es darum, welches Potenzial Mitarbeitende für zukünftige Herausforderungen mitbringen.

Die üblichen Weiterbildungsangebote und Führungsentwicklungsprogramme fanden darüber hinaus auch im Jahr zwei nach Beginn der Corona-Pandemie überwiegend in digitaler Form statt. Parallel dazu haben wir das Angebot unserer Online-Lernplattform „COMPASS Learning“ mit speziellen Inhalten für Führungskräfte ausgeweitet. Hierzu zählten beispielsweise spezielle Lernpfade zu den Themen „Führen von virtuellen Teams“ oder „Resilience“.

Neue Arbeitswelt

Die moderne Arbeitswelt befindet sich in einem Zustand des permanenten Wandels. Das neue Verständnis von Arbeit schafft neue Herausforderungen – und neue Chancen. Dies umfasst auch die Art unserer Zusammenarbeit.

Seit längerem unterstützen wir unsere Mitarbeitenden darin, das Konzept des agilen Arbeitens aktiv mitzugestalten. Denn so viel ist klar: Die Arbeitswelt von morgen wird offener und weniger berechenbar sein, sie wird die Menschen überall auf der Welt stärker fordern, sich selbst in ihr immer wieder neu zu definieren. Und doch sind wir davon überzeugt, dass in der heutigen und zukünftigen Arbeitswelt mehr Chancen für die einzelne Person liegen als je zuvor.

Beiersdorf hat sich in den vergangenen beiden Jahren klar positioniert: Einerseits wollen wir die Bürowelt an diese Zeit anpassen und erhalten – damit sich Menschen begegnen und in wechselnden Formationen persönlich

zusammenarbeiten können; andererseits unterstützen wir aktiv das Modell des flexiblen Arbeitens, vor allem auch von zuhause aus. Die Corona-Pandemie hat diese neue Art der Zusammenarbeit wesentlich beschleunigt. Unsere über 170 Standorte weltweit arbeiten kontinuierlich daran, zeitgemäße und passgenaue Lösungen für eine moderne Form der Zusammenarbeit zu entwickeln.

Das Thema Arbeiten an einem flexiblen Arbeitsort ist zudem seit dem 1. Dezember 2020 über eine Betriebsvereinbarung für die Beiersdorf AG, Beiersdorf Customer Supply GmbH und Beiersdorf Shared Services geregelt. Demnach haben Mitarbeitende einen Anspruch darauf, bis zu 20% ihrer individuellen Sollarbeitszeit außerhalb des Beiersdorf Betriebsgeländes zu erbringen, wenn die jeweilige Tätigkeit für das Arbeiten am flexiblen Arbeitsplatz geeignet ist. Jedes Team vereinbart für sich, ob und wie das Arbeiten an flexiblen Arbeitsorten teamintern abzustimmen ist, allerdings soll der Arbeitsmittelpunkt auch in Zukunft im Betrieb und auf dem Beiersdorf Gelände verbleiben – dies gilt insbesondere für den zukünftigen Beiersdorf Campus in Hamburg. Unabhängig von dieser neuen, auf die neue Arbeitswelt ausgerichteten Vereinbarung, lag der Anteil der Arbeit von einem flexiblen Arbeitsort bei vielen Mitarbeitenden im Berichtsjahr – bedingt durch die spezielle Corona-Lage – viele Monate deutlich über den vereinbarten 20%. Hier wollten wir für unsere Belegschaft eine verantwortungsbewusste und zugleich flexible Lösung bieten. Auch in Zukunft bleiben aber persönliche Begegnungen fester und wichtiger Bestandteil der Beiersdorf Arbeitskultur. Sie fördern Kreativität und funktionsübergreifende Zusammenarbeit.

Im Berichtsjahr haben wir darüber hinaus bereits in Wien, Basel, Athen, Zagreb, Santiago de Chile, Shanghai, Stamford, Montreal und Jakarta neue, moderne Arbeitswelten geschaffen, die die neue Form der Zusammenarbeit erleichtern und den Mitarbeitenden eine angenehme, moderne Arbeitsatmosphäre schaffen. Für unsere Standorte in Paris, Amsterdam und Brüssel sind die Vorbereitungen für das Etablieren neuer Arbeitswelten im vergangenen Jahr angelaufen.

Digitale Transformation

Um die digitale Transformation im Unternehmen zu beschleunigen, haben wir im Berichtsjahr allein am Standort Hamburg 100 Stellen mit digitalem Fokus geschaffen. Sie sind verteilt auf alle relevanten Bereiche und treiben unser zukunftsorientiertes „Digital Fast Forward“-Programm mit Hochdruck voran. Über dieses Programm möchte Beiersdorf unter anderem bis 2025 weltweit 20% aller Geschäftsprozesse automatisieren und dem durch digitale Medien veränderten Verbraucher*innenverhalten besser entsprechen.

Auch die Personalarbeit selbst unterstützt die digitale Transformation auf verschiedenen Ebenen kontinuierlich – so auch im abgelaufenen Geschäftsjahr. Mit Einführung von „Office 365“ verbesserte sich unsere team- und funktionsübergreifende Zusammenarbeit in den vergangenen beiden Jahren weltweit spürbar und auch die Geschäfts- und Arbeitsprozesse funktionierten selbst in Zeiten der Corona-Pandemie reibungslos. Sehr viele Meetings – durchschnittlich 5.000 pro Tag – fanden im Berichtsjahr über „Microsoft Teams“ statt. Diese Zahl zeigt, wie sehr der digitale Austausch der Mitarbeitenden weltweit zur Selbstverständlichkeit und „neuen Normalität“ wird.

Auch mit unserem Personalmanagementsystem COMPASS haben wir die digitale Transformation im Berichtsjahr weiter vorangetrieben. Verschiedene Services und Module boten im Berichtsjahr die Basis für eine zeitgemäße, innovative und effiziente Personalarbeit; die Zusammenarbeit zwischen Mitarbeitenden, Führungskräften und HR wurde weiter verbessert. Ein großer Meilenstein für das COMPASS-System war die Einführung von „Employee Central“, einem einheitlichen globalen Stammdatensystem. Es ermöglicht einen sicheren globalen Datenzugriff über die verschiedenen COMPASS-Module hinweg und ist damit eine wichtige Neuerung in unserem bereits erfolgreich etablierten COMPASS-System. Darüber hinaus profitieren die Mitarbeitenden in Deutschland weiterhin von dem im Jahr 2020 eingeführten Portal „My Future Plan“, über das sie digital und jederzeit Zugang zum individuellen Langzeitkonto und der betrieblichen Altersvorsorge haben.

Auch viele Aktivitäten unserer Nachwuchsförderung wurden im Berichtsjahr digital umgesetzt. Hierzu zählten beispielsweise:

- die OSCAR&PAUL Battleweeks 2021 – ein virtuelles Hackathon-Event der OSCAR&PAUL Unit, an dem 121 Talente mit 38 Nationalitäten aus neun Zeitzonen teilnahmen, die in Teams Lösungsansätze für vier verschiedene Themenbereiche entwickelten und um die Siegerprämie – eine Reise zum NX Accelerator in Seoul – „kämpften“;
- der „Virtual Open House Day“, bei dem sich Beiersdorf, Tchibo und tesa gemeinsam Nachwuchstalente vorstellten und Einblicke in ihre Unternehmen und die verschiedenen Einstiegsprogramme gaben,
- die Online-Veranstaltung von „Young Entrepreneurs in Science“ (YES), bei der wir Studierenden aus unterschiedlichsten wissenschaftlichen Disziplinen Einblicke in die Konzernwelt gaben und die Bedeutung unternehmerischen Denkens thematisierten.

Unterstützung für unsere Mitarbeitenden

„Care“ ist ein besonderer Baustein der Beiersdorf Unternehmenskultur. In diesem Sinne haben wir bereits im Corona-Jahr 2020 diverse Maßnahmen ergriffen, um unsere Mitarbeitenden zu schützen und ihnen die flexible Arbeit von Zuhause durch entsprechendes technisches Equipment zu ermöglichen. Darüber hinaus haben wir unsere Kolleg*innen durch zahlreiche weitere Angebote unterstützt; diese wurden zum Großteil auch im abgelaufenen Geschäftsjahr fortgeführt.

Die Intranet-Plattform „Together at Home“ förderte auch im Berichtsjahr den Kontakt und die Nähe der Kolleg*innen untereinander. Neben vielfältigen Angeboten aus den Bereichen Körper, Geist, Seele, Elternschaft, soziales Miteinander und „New Work“ bietet die Plattform allen Mitarbeitenden die Möglichkeit, Tipps zu teilen und sich auszutauschen. Ein spezieller „Coronavirus Informations Hub“ sowie die „Homeoffice Information Page“ lieferten allen Beschäftigten zudem wichtige Informationen. Darüber hinaus bot das Beiersdorf Gesundheitsmanagement im Berichtsjahr wieder zahlreiche digitale Angebote an, etwa eine digitale Ergonomieberatung, Rückenschulungen und Sportangebote, aber auch regelmäßige Wellbeing-Podcasts. Mit einer speziellen Mental-Health-Kampagne rückte das Gesundheitsmanagement-Team zudem das Thema mentale Gesundheit in den Vordergrund. Denn die Corona-Pandemie, „New Normal“ und hybrides Arbeiten verlangten unseren Mitarbeitenden in den vorangegangenen Monaten einiges ab. Angefangen bei der Keynote „Are you okay?“ bis hin zu Resilienz- und

Entspannungs-Workshops und offenen Sessions für die Erhaltung und Verbesserung der mentalen Gesundheit – Beiersdorf unternahm vieles, um das Bewusstsein für mentale Gesundheit zu steigern und die Gesundheitskultur im Unternehmen zu stärken.

Zum 8. Juni öffnete das betriebsärztliche Team in Hamburg darüber hinaus die Beiersdorf-eigene Corona-Impfstation; ein Angebot, das von vielen Mitarbeitenden, Menschen aus der Nachbarschaft, Familienangehörigen unserer Beschäftigten und auch von den Schulen des Stadtteils dankend angenommen wurde. Bis Ende Oktober wurden knapp 6.800 Impfdosen verabreicht, davon rund 4.500 Impfdosen für unsere Beschäftigten. Ab Anfang Oktober wurde zudem allen Mitarbeitenden am Standort Hamburg eine kostenlose Gripeschutzimpfung angeboten.

Aus- und Weiterbildung

Zu unserem Selbstverständnis gehört es auch, die Ausbildung junger Menschen zu unterstützen. Aus diesem Grund bieten wir neben unserem Angebot an Ausbildungsplätzen und studienintegrierender Ausbildung auch das globale Traineeprogramm „BEYOND BORDERS“ und weltweit zahlreiche Praktikumsplätze für Studierende aus der ganzen Welt an. Beiersdorf bietet allein am Standort Hamburg Ausbildungen in neun verschiedenen Berufen an. Ende 2021 haben wir hier 104 Auszubildende (Vorjahr: 110) beschäftigt, die Übernahmekquote der ausgebildeten Auszubildenden lag im selben Jahr bei 97 % (Vorjahr: 81 %). Insgesamt 32 Auszubildende (Vorjahr: 39) stellten wir im Berichtsjahr neu ein. Vier von ihnen starteten ihre Ausbildung nach dem neuen Modell der studienintegrierenden Ausbildung. Hierbei beginnen die Auszubildenden gleichzeitig eine dreijährige Ausbildung zum* zur Industriekaufmann*frau und ein vierjähriges Bachelorstudium im Fach BWL mit dem Schwerpunkt „Industrie“. Die Anzahl junger Beschäftigte am globalen Traineeprogramm betrug zum Berichtsjahresende 16 (Vorjahr: 19). Davon starteten zehn Trainees im Jahr 2021.

Wissen und Lernen

Für nachhaltiges Wachstum und beständigen Erfolg sind die Fähigkeiten und Kompetenzen unserer Mitarbeitenden von essentieller Bedeutung. Wir investieren daher kontinuierlich in die Qualifizierung unserer Belegschaft und verfolgen mit unserer globalen Lernstrategie die Idee einer „lernenden Organisation“, bei der wir das selbstgesteuerte, lebenslange Lernen aller fördern. Unser Konzept basiert dabei auf drei Komponenten:

- dem Aufbau und der Pflege einer globalen Lerninfrastruktur, d.h. ein flexibles Lernmanagementsystem, in dem eigene Lerninhalte erstellt werden können;
- der Förderung eines zielgerichteten Lernens, einschließlich Beratung und Bereitstellung gruppenspezifischer Lerninhalte;
- und schließlich der Verankerung des Lernens in unserem Arbeitsalltag.

Im Berichtsjahr haben wir unsere 2019 etablierte Online-Lernplattform „COMPASS Learning“ um weitere interne Lerninhalte ergänzt. Diese auf Beiersdorf zugeschnittenen Angebote werden überwiegend von unseren Fachakademien zu den Themen Sales, Finance, Procurement, R&D, HR, Quality und Planning entwickelt. Darüber hinaus wurden im abgelaufenen Jahr zahlreiche bestehende Inhalte aktualisiert und erweitert. Da Corona-bedingt viele Präsenztrainings nicht wie geplant stattfinden konnten, haben wir, wie

bereits im Vorjahr, verstärkt auf das Angebot eines virtuellen Klassenraums gesetzt. Über dieses Online-Tool ließen sich zahlreiche Workshops und Trainings auf interaktive Weise und für alle Mitarbeitenden weltweit umsetzen.

Als ein weiteres Angebot haben wir im Berichtsjahr abermals das virtuelle Lernangebot von „LinkedIn Learning“ aufgenommen, bei dem Mitarbeitende weltweit aus über 15.000 Online-Trainings und über 500.000 Videos in unterschiedlichen Sprachen auswählen können. Fast 166.500 abgeschlossene Videos, über 6.300 abgeschlossene Kurse und über 4.800 aktive Nutzer*innen zeigen das große Interesse der Mitarbeitenden an diesem Lernangebot. Besonders beliebt sind Kurse zu den Themen Zeitmanagement, digitale Transformation, Kommunikation, Excel & PowerPoint sowie „Strategic Thinking“. Um unseren Mitarbeitenden die Suche nach passenden Lerninhalten zu erleichtern, haben wir kuratierte Lernpfade zu ausgewählten Themen vorgeschlagen, beispielsweise „Arbeiten in virtuellen Teams“, „Digitalisierung“, „Diversity & Inclusion“ und „Resilience“. Unser im Berichtsjahr entwickelter, onlinebasierter „Beiersdorf Learning Hub“ vereint die Vielzahl an Angeboten und Informationen an einem Ort und macht damit die erwähnten Lernpfade leicht zugänglich.

Da individualisiertes und „skill-basiertes“ Lernen immer mehr an Bedeutung gewinnt, haben wir im Berichtsjahr bereits mit den Vorbereitungen der Implementierung einer auf diese Bedarfe zugeschnittenen „Learner Experience“-Plattform begonnen. Das Pilotprojekt hierzu soll im Geschäftsjahr 2022 starten.

Speziell in Deutschland bieten wir unter dem Namen „Lerne, in der Freizeit“ seit vielen Jahren ein kostenloses Fortbildungsprogramm für alle Mitarbeitenden an, die sich freiwillig außerhalb der Arbeitszeit weiterbilden möchten. Das Kursangebot deckt die Themenfelder „Persönliche Fähigkeiten“, „Methoden & Techniken“ und „Fachliche Kompetenzen“ ab. Aufgrund der besonderen Corona-Situation wurden alle Trainings im Berichtsjahr rein virtuell umgesetzt.

Diversity & Inclusion

Im Unternehmensbereich Consumer arbeiten Menschen aus unterschiedlichen Nationen, Kulturen und Generationen aller Geschlechteridentitäten sowie mit und ohne Behinderung. Weltweit waren zum Berichtsjahresende Mitarbeitende aus 107 Nationen bei uns tätig (Vorjahr: 108). In der Konzernzentrale in Hamburg erhöhte sich der Anteil der internationalen Beschäftigten auf 19,7 % (Vorjahr: 17,7 %). 41 % unserer globalen Führungskräfte aus den ersten drei Managementebenen haben für mindestens drei Jahre im Ausland gelebt und gearbeitet (Vorjahr: 41 %).

Als global agierendes Unternehmen verstehen wir die Vielfalt unserer Belegschaft als Chance und als Schlüssel zum Erfolg. Denn unterschiedliche Perspektiven stärken nicht nur unsere Innovationskraft, sie fördern auch unsere Wettbewerbsfähigkeit, machen uns kreativer und lassen uns die Bedürfnisse unserer Konsument*innen besser verstehen. „Diversity & Inclusion“ ist daher ein zentrales Element unserer Unternehmensstrategie.

Um „Diversity & Inclusion“ bei Beiersdorf weiter zu stärken, haben wir im Jahr 2020 direkt unterhalb des Vorstands die Position des „Global Director Diversity & Inclusion (D&I)“ geschaffen. Diese führt und koordiniert gemeinsam mit einem kleinen Team die konzernweiten D&I-Initiativen. Ein crossfunktionales D&I-Kernteam – jede*r stammt aus dem oberen Management –

sowie ein globales Netzwerk aus über 100 Diversity & Inclusion Champions in unseren Geschäftsregionen bringen das Thema zusätzlich mit voran. Darüber hinaus prüft und fördert der Diversity-Ausschuss des Aufsichtsrats regelmäßig verschiedene Initiativen.

Im Berichtsjahr haben wir für Beiersdorf eine neue „D&I Strategy Roadmap“ formuliert. Sie soll uns dabei unterstützen, gemeinsam eine Kultur zu schaffen, die auf Vielfalt und Inklusion beruht, in der sich alle zugehörig fühlen und gleiche Chancen auf Erfolg und Leistung haben. Diese Roadmap basiert auf den drei strategischen Prioritäten:

- Förderung der Führungsvielfalt,
- Förderung einer inklusiven Kultur und darüber hinaus auch die
- Förderung des Verständnisses von der Vielfalt unserer Verbraucher*innen – und damit des Verständnisses für Vielfalt in Bezug auf Produkte und deren Vermarktung.

In jedem dieser Bereiche haben wir im Berichtsjahr erste Meilensteine erreicht. Beispielsweise haben wir zum Weltfrauentag am 8. März öffentlich unsere „Beiersdorf Gender Parity Ambition“ verkündet, wonach wir bis spätestens 2025 eine geschlechterparitätische Besetzung von Führungspositionen unterhalb des Vorstands im Verhältnis 50:50 erreichen wollen. Weitere Details zu diesem ambitionierten Engagement sind im Abschnitt „Im Fokus: Gender Balance“ nachzulesen.

Um den Wissensrahmen rund um das Thema Diversity & Inclusion zu erweitern, führten wir im Berichtsjahr erste Piloten eines „D&I Inclusive Language Trainings“ durch. Diese hatten zum Ziel, Mitarbeitende für eine feinfühligere, nuancierte Verwendung von Sprache zu sensibilisieren – um subtile Diskriminierungen zu vermeiden und die Perspektive und Gefühle anderer zu achten und zu respektieren. Ergänzt wurde das Angebot in diesem Bereich durch Workshops für Führungskräfte zur Förderung einer inklusiven Kultur frei von Stereotypen und unbewussten Vorannahmen, sowie ein Pilot-Training für unsere Recruiter*innen, um Texte in Stellenanzeigen hinsichtlich geschlechter-sensitiver Sprache zu überprüfen und zukünftig noch inklusiver zu formulieren. Zur Förderung der integrativeren Kultur führten wir außerdem Aktionen wie die jährliche „Global Diversity & Inclusion Week“, den „Pride Day Germany“ und das „Beiersdorf Pride Festival“ durch, die im weiteren Verlauf dieses Kapitels näher vorgestellt werden. Des Weiteren haben wir unsere Maßnahmen mit der Formulierung von ersten deutschen und englischen Leitfäden für Gender-gerechte bzw. inklusive Sprache vervollständigt. Außerdem entwickelte das NIVEA Team im Berichtsjahr einen speziellen „D&I Compass“, der als Erweiterung der Kommunikationsrichtlinien der Marke zu verstehen ist und definiert, wie wir in der Welt wahrgenommen werden wollen. Er soll unseren Mitarbeitenden und Partner*innen in der Zusammenarbeit dabei helfen, den lokalen Kommunikationsherausforderungen mit Bedacht und Sorgfalt zu begegnen und Stereotypen in der Kommunikation zu vermeiden.

Ergänzend zur D&I Strategy Roadmap haben wir im Berichtsjahr ein D&I KPI-Dashboard entwickelt, das zukünftig zur Datentransparenz beitragen und so Veränderungen mess- und bewertbar machen soll. Es erfasst über alle Managementebenen, Bereiche und Länder hinweg Kriterien wie Geschlechtervielfalt, Internationalität (gemäß Pass) sowie Alter und soll fortan als wichtiges Instrument unserer D&I-Arbeit dienen.

Im Fokus: „Gender Balance“

Neben der internationalen und kulturellen Vielfalt steht das Thema „Gender“ – speziell die Chancengleichheit aller Geschlechter – bei uns im besonderen Fokus. Wir wollen das Bewusstsein für „Gender Balance“ unter allen Mitarbeitenden stärken und fördern unsere weiblichen Beschäftigten und Führungskräfte weiterhin durch unsere Gender-Diversity-Initiative „enCOURAGE“ mit diversen Maßnahmen. Zu ihnen zählen:

- das Mentoring-Programm „move forward!“, das sich an talentierte Frauen richtet, die eine Führungskarriere anstreben oder ausbauen möchten; dieses Programm wurde im Berichtsjahr aufgrund der besonderen Corona-Situation ausgesetzt,
- die „Peer Coaching Circles“, die als erweitertes Angebot von „move forward!“ im Berichtsjahr stattfanden und fortgeführt wurden mit dem Ziel, gemeinsam zu lernen und zu wachsen sowie
- die jährliche Netzwerkveranstaltung „Women in Leadership“-Convention, bei der erfolgreiche Vorbilder über ihre Erfahrungen berichten und damit die Teilnehmenden inspirieren. Die „5th Wo:men in Leadership Convention“ im November 2021 wurde coronakonform hybrid durchgeführt; seit 2020 wird dieses Event durch eine digitale Übertragung für alle Mitarbeitenden weltweit zugänglich gemacht.

Darüber hinaus bieten wir vielfältige Möglichkeiten zur flexiblen Arbeitsgestaltung bzw. zur leichteren Vereinbarung von Privatleben und Beruf. 69% (Vorjahr: 74%) unserer Organisationen bieten Gleitzeit, 98% (Vorjahr: 100%) mobiles Arbeiten oder Homeoffice, 54% (Vorjahr: 55%) Teilzeitangebote und 34% (Vorjahr: 32%) Sabbaticals. Neben der regulären Teilzeitarbeit fördern wir auch das Jobsharing. Dabei handelt es sich um ein Arbeitsmodell, bei dem sich zwei Beschäftigte als Job-Tandem eine Position teilen. Bei uns ist das Jobsharing-Modell bereits seit mehreren Jahren gelebte Praxis – auch auf der Führungsebene („Joint Leadership“) oder über das Modell „Senior meets Junior“, bei dem Jobsharing beispielsweise Freiraum für ein weiterführendes Studium, den Wissenstransfer zwischen Generationen und/oder den Übergang in die Altersteilzeit ermöglicht. Zum Berichtsjahresende arbeiteten bei uns in Deutschland 34 Jobsharing-Tandems (Vorjahr: 27). 19 Tandems (Vorjahr: 17) ermöglichen sich damit eine Führungsposition in Teilzeit. Ergänzend zu diesen Möglichkeiten der flexiblen Arbeitsgestaltung bieten wir am Standort Hamburg mit unserem Betriebskindergarten „TroploKids“ umfassende Betreuungsmöglichkeiten für die Kinder unserer Beschäftigten. Die Kindertagesstätte gehört mit ihren 100 Betreuungsplätzen und 30 Erzieher*innen (Stand 31.12.2021) zu den größten ihrer Art in Deutschland. Darüber hinaus bieten wir ein Onlineportal mit Informationen für alle werdenden Eltern sowie einen regelmäßigen Elternzeitlunch, der Müttern und Vätern bei Beiersdorf hilft, die Verbindung zum Unternehmen zu halten und so den Wiedereinstieg erleichtert. Auch mit der Initiative VÄTERNETZWERK nahmen wir im Berichtsjahr die Kooperation auf. In diesem Zuge haben wir mit zwei Kerngruppen Handlungsbedarfe für Väter diskutiert und zugleich den Austausch unter interessierten Vätern gefördert.

IN TEILZEIT ARBEITENDE MITARBEITENDE NACH REGIONEN (IN %)

	2020	2021
Europa	12	12
Amerika	0	1
Afrika/Asien/Australien	1	1
	7	8

GESCHLECHTERVERTEILUNG NACH REGION

	Männeranteil Belegschaft gesamt (in %)	Frauenanteil Belegschaft gesamt (in %)	Mitarbeitende (gesamt)
Deutschland	50	50	4.188
Europa (exkl. Deutschland)	40	60	4.429
Nordamerika	38	62	651
Lateinamerika	46	54	2.228
Afrika/Asien/Australien	49	51	4.243
Weltweit	46	54	15.740

Seit der Einführung des „Gesetzes für die gleichberechtigte Teilhabe von Männern und Frauen an Führungspositionen“ („FüPoG“) ist es für die Beiersdorf AG gesetzlich vorgeschrieben, Zielgrößen für den Frauenanteil in Führungspositionen festzulegen. Für den Aufsichtsrat der Beiersdorf AG gilt zudem der gesetzliche Mindestanteil von 30% an Frauen und Männern. Dieser wurde zum Ende des Berichtsjahres mit einem Frauenanteil von 33% (vier von zwölf) erfüllt (Vorjahr: 33%). Darüber hinaus muss der Vorstand der Beiersdorf AG aufgrund der jüngsten Änderung des FüPoG („FüPoG II“) künftig aus mindestens einer Frau und einem Mann bestehen; mit der Bestellung von Astrid Hermann als Finanzvorständin wurde auch diese Vorgabe im Berichtsjahr erfüllt.

Für den Frauenanteil im Vorstand und in den beiden oberen Führungsebenen lauten die aktuellen Ziel- und Ist-Größen sowie Fristen wie folgt:

- **Vorstand:** bis 30. Juni 2022 mindestens 10% Frauenanteil (Stand 31. Dezember 2021: 14%; Vorjahr: 14%)
- **1. Führungsebene:** bis 30. Juni 2022 mindestens 35% Frauenanteil (Stand 31. Dezember 2021: 31%; Vorjahr: 30%)
- **2. Führungsebene:** bis 30. Juni 2022 mindestens 50% Frauenanteil (Stand 31. Dezember 2021: 52%; Vorjahr: 47%)

Die Vorgaben des FüPoG II werden im Rahmen der Festlegung der künftigen Zielgrößen ab dem 1. Juli 2022 berücksichtigt.

Über die für die Beiersdorf AG geltenden gesetzlichen Vorgaben hinaus haben wir bereits im Jahr 2018 ein globales Ziel für den Anteil weiblicher Führungskräfte in den drei höchsten Managementgruppen (MG 1-3) formuliert. Bis spätestens zum 30. Juni 2022 soll in den Managementgruppen 1-3 eine Zielgröße von 35% Frauen erreicht werden. Zum Ende des Berichts-

jahres konnten wir hier einen Frauenanteil von 34 % erreichen (Vorjahr: 33 %). In der Geschäftsleitung von La Prairie (ohne CEO) lag der Frauenanteil zum Ende des Berichtsjahres bei 43 % (Vorjahr: 38 %). Der Frauenanteil betrug hier im gesamten Topmanagement im Jahr 2021 59 % (Vorjahr: 57 %).

Diese bisher geltenden Zielvorgaben haben wir im Berichtsjahr im Rahmen unserer neuen „D&I Strategy Roadmap“ noch einmal aktualisiert und zum Internationalen Weltfrauentag öffentlich unsere „Beiersdorf Gender Parity Ambition“ verkündet. Demnach wollen wir bis spätestens 2025 eine geschlechterparitätische Besetzung von Führungspositionen unterhalb des Vorstands (Managementebenen 1-4) im Verhältnis 50:50 erreichen. Durch diese Ambition wollen wir nicht nur eine Chancengleichheit bei der Rekrutierung, Besetzung, Entwicklung, Nachfolge, Beförderung und Bindung unserer Mitarbeitenden schaffen, sondern zugleich attraktiver für unsere Konsument*innen sein, indem wir ihrer Vielfalt besser entsprechen. Darüber hinaus möchten wir durch diese Ambition unsere Attraktivität für künftige Talente stärken und so die Wettbewerbsfähigkeit und Zukunft unseres Unternehmens sichern. Zusätzlich unterstreichen wir mit diesem Engagement unser Ziel, auf dem Gebiet der Gleichberechtigung der Geschlechter zu den führenden Unternehmen in Deutschland zu gehören.

Vielfältige Initiativen, Aktivitäten und Kooperationen

Beiersdorf hat im Berichtsjahr vielfältige Aktivitäten durchgeführt, um Diversity & Inclusion weiter im Unternehmen zu verankern. Zum Weltfrauentag und im Rahmen der Preisverleihung des „Impact of Diversity“-Awards (IoD21) verkündete Beiersdorf die neue „Gender Parity Ambition“. Zudem haben wir vom 17. bis 21. Mai die erste „Global Diversity & Inclusion Week“ durchgeführt. Unter dem Motto „We care for your uniqueness - You will be heard. You will be seen. You will be inspired.“ wartete auf die Belegschaft ein buntes, digitales Programm aus spannenden Keynotes, Panel-Diskussionen, Vorträgen der internationalen Tochtergesellschaften sowie verschiedener Mitarbeitenden-Communities und Workshops zu unterschiedlichen Dimensionen von Vielfalt. Die Woche hatte zum Ziel, unter allen Kolleg*innen weltweit das Wissen über Diversity & Inclusion zu erweitern, Inspiration und Denkanstöße zu geben und den Austausch zu fördern. Auch zum ersten „Pride Day Germany“ am 22. Juli 2021 zeigte Beiersdorf Flagge für Toleranz. In einem Interview mit zwei Trans*Frauen aus unserem Team, wurden die alltäglichen Herausforderungen und Vorurteile intern wie extern thematisiert und damit auf die Belange von Transgender-Personen im Arbeitsumfeld aufmerksam gemacht. Darüber hinaus feierte Beiersdorf gemeinsam mit unserer LGBTQI+¹-Mitarbeitenden-Community „Be You@Beiersdorf“, dem Vorstandsvorsitzenden Vincent Warnery, Dragqueen Olivia Jones und in Kooperation mit Google, OTTO, Tchibo, DHL und Accenture am 4. und 5. August das erste „Beiersdorf Pride Festival“. Das Programm umfasste verschiedene Keynotes, Panel-Diskussionen und Sessions und hatte zum Ziel, zu mehr Akzeptanz und zu einem respektvollen Miteinander der Geschlechter beizutragen. Die hohen Teilnehmendenzahlen (rund 3.000 Zuschauer*innen am ersten Tag und über 1.500 Zuschauer*innen an Tag zwei) zeigten, dass diese Veranstaltung eine Herzensangelegenheit der Mitarbeitenden war. Darüber hinaus initiierte die „Be You@Beiersdorf“-Gemeinschaft, die sich zum Ziel gesetzt hat, ein noch integrativeres Umfeld für alle Menschen unabhängig von Identität und sexueller Orientierung zu schaffen, den internationalen Roll-out in sieben Ländern. Sie veröffentlichte zudem ein „Playbook“, das alle Kolleg*innen in den Tochtergesellschaften dabei unterstützen soll, „Be You“ bei ihnen vor Ort zu etablieren. In Zusammenarbeit mit der Marke NIVEA setzte die

Community zudem mit der Pride-Sonderedition der NIVEA Creme ein sichtbares Zeichen für „Mehr Miteinander“. Der Launch erfolgte in sieben Ländern und feierte insbesondere in Deutschland einen großen Erfolg.

Neben dem Mitarbeitenden-Netzwerk „Be You@Beiersdorf“ starteten im Berichtsjahr auch weitere Mitarbeitenden-Communities ihre individuellen Aktivitäten. Die im Jahr 2020 gegründete „Grassroots“-Community „#SisterhoodisPower“, die mit dem Ziel gegründet wurde, dass sich Frauen gegenseitig auf ihrem Karriereweg unterstützen, etablierte eine digitale #PowerTalk-Reihe, in denen inspirierende Frauen ihre Geschichten und Gedanken zum Thema Führung sowie ihre persönlichen Tipps teilen. Darüber hinaus rekrutierte die Initiative diverse Mentor*innen und Coaches für ihr „#Grow2gether Mentoring Programm“, das im Berichtsjahr angelaufen ist und Mitarbeiterinnen unterstützen soll. Das „Generation 50+“-Netzwerk initiierte „Learning Sessions“ zum Thema Digitalisierung und der Bereich GBU (Global Brands Unit) gründete die neue Mitarbeitenden-Community „wenited“, die den Austausch und Zusammenhalt von internationalen Kolleg*innen fördern soll.

Neben den vielen internen Aktivitäten unterstützt Beiersdorf auch den Austausch im Rahmen von externen Partnerschaften. Im Jahr 2021 engagierten wir uns beispielsweise für die Initiative „Beyond Gender Agenda“, die Diversity, Equity & Inclusion (DE&I) in der DNA börsennotierter und mittelständischer Unternehmen verankert und damit die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft nachhaltig sichern will. Weitere Kooperationen bestanden im Berichtsjahr mit der Non-Profit-Organisation LEAD Network (Leading Executives Advancing Diversity), die es sich zur Aufgabe gemacht hat, Frauen für den Konsumgüter- und Einzelhandelssektor in Europa zu gewinnen, dort zu halten und zu fördern, sowie mit der Initiative „Impact of Diversity“ (IoD21) des Frauen-Karriere-Index (FKI), die unterschiedliche Befürworter*innen von Diversity in Wirtschaft und Gesellschaft in Arbeitsgemeinschaften (Think Tanks) an einen Tisch bringt und so den Erfahrungsaustausch fördert. Personalvorstand Zhengrong Liu verkündete im Rahmen der ersten IoD-Awards Beiersdorfs bereits erwähnte „Gender Parity Ambition“.

Vielfalt der Generationen und Einbeziehung von Menschen mit Behinderungen

Neben Internationalität und „Gender Balance“ möchten wir bei Beiersdorf auch die gute Zusammenarbeit unterschiedlicher Generationen weiter fördern. Dabei geht es um die ausgewogene Einbeziehung der jeweiligen Fähigkeiten und Bedürfnisse aller Mitarbeitenden, gerade auch im Hinblick auf Ältere. Der Anteil an Beschäftigten über 50 Jahre im Unternehmensbereich Consumer in Deutschland lag zum Geschäftsjahresende bei 32 % (Vorjahr: 33 %). Gleichzeitig sind 15 % der Mitarbeitenden jünger als 30 Jahre (Vorjahr: 15 %). Der Altersdurchschnitt der Beschäftigten in Deutschland lag zum 31. Dezember 2021 bei 42 Jahren (Vorjahr: 42 Jahre). Zur Unterstützung der Mitarbeitenden 50+ bietet die Beiersdorf AG interne Weiterbildungsangebote an, die auf die Bedarfe der Zielgruppe zugeschnitten sind. Darüber hinaus engagiert sich das Mitarbeitenden-Netzwerk „Neue Generation 50+“ dafür, dass Alter kein Karrierehindernis darstellt oder als solches wahrgenommen wird. Die Community ist mit OTTO und dem Demographie Netzwerk eng vernetzt und initiiert gemeinsame Veranstaltungen, um das Thema auch unternehmensübergreifend voranzutreiben. Für ihr Engagement erhielt das Meta-Netzwerk im Berichtsjahr die Sonderauszeichnung „Collaborative Approach“ des IoD-Awards.

¹ LGBTQI+ ist eine aus dem englischen Sprachraum kommende Abkürzung für Lesbian (lesbisch), Gay (schwul), Bisexual (bisexuell), Transgender (transgender), Intergender (intergender), Queer (queer) und mehr.

ALTERSSTRUKTUR IM UNTERNEHMENSBEREICH CONSUMER DEUTSCHLAND (IN %)

	2020	2021
≥ 60 Jahre	7	8
50-59 Jahre	26	24
40-49 Jahre	23	22
30-39 Jahre	30	30
20-29 Jahre	14	15
≤ 19 Jahre	1	1

Das Engagement für Menschen mit Behinderungen wird von uns ebenfalls stark forciert. Neben der Beschäftigung von Mitarbeitenden mit Handicap unterstützen wir seit 2021 die bundesweite Initiative „Innklusio“. Ihr Ziel besteht darin, die Haltung von Mitarbeitenden in Unternehmen so zu verändern, dass sie aufgeschlossen sind, um Talente mit Behinderung willkommen zu heißen. Es geht also um eine gezielte Bewusstseinsbildung, um Voreingenommenheit und Ausgrenzung von Menschen mit Handicap abzubauen und langfristig mehr Menschen mit Behinderung erfolgreich in die Arbeitswelt zu integrieren. Zusätzlich vergaben wir auch im Jahr 2021 Aufträge an Behindertenwerkstätten. Ein Beispiel hierfür ist die Pflege der Beiersdorf Grünanlagen in Hamburg. Hier kooperieren wir mit den Elbe-Werkstätten, der größten Behinderteneinrichtung in Deutschland. Darüber hinaus haben wir im Jahr 2021 mit der Initiative Sozialhelden e.V. kooperiert. Sie halfen bei den Planungen für den geplanten, barrierefreien Beiersdorf Campus und unterstützen bei der Bewertung ausgewählter Beiersdorf Produkte hinsichtlich ihrer Barrierefreiheit. Auf Basis der Erkenntnisse werden wir in den nächsten Monaten einige Anpassungen unserer Produktverpackungen vornehmen und damit den Bedürfnissen von Menschen mit Handicap noch besser entsprechen.

tesa

Als eines der weltweit führenden Unternehmen im Bereich technische Klebänder und Klebesystemlösungen möchte sich tesa für Arbeitnehmende attraktiv und nachhaltig positionieren. Es ist für das Unternehmen von erheblicher Bedeutung, hochqualifizierte Mitarbeitende zu rekrutieren und langfristig an sich zu binden, um so eine wichtige Voraussetzung für eine anhaltend positive Unternehmensentwicklung zu schaffen.

Personalentwicklung

Auch im Jahr 2021 hat tesa in die Qualifizierung seiner Mitarbeitenden investiert und weitere attraktive Entwicklungsmöglichkeiten geschaffen. Dabei standen weiterhin viele Maßnahmen unter dem Einfluss der weltweiten COVID-19-Pandemie. Im Berichtsjahr wurde das Konzept „x-perience the tesa world“ weiterverfolgt, insbesondere mit internen Stellenausschreibungen, die explizit die Aufforderung enthielten, sich sowohl international als auch crossfunktional auf die Stellen zu bewerben.

Führungskultur

Die Fähigkeit von Führungskräften, Mitarbeitenden ein motivierendes Arbeitsumfeld zu bieten und die Entfaltung ihrer Talente zu fördern, ist entscheidend für den Geschäftserfolg von tesa und seine Attraktivität als arbeitgebendes Unternehmen. Bereits 2019 hat tesa deshalb begonnen, ein neues Management Development Programm (MDP) zu konzipieren. Das Programm besteht aus den beiden Bausteinen „Essential“ und „Advanced“; es soll

Führungskräfte und Manager*innen dabei unterstützen, ihre Fähigkeiten und Kompetenzen weiter auszubauen. Das „Essential“-Programm soll grundlegendes internes und übergreifendes Wissen zu Managementverantwortlichkeiten, -prozessen und -aufgaben in allen Bereichen des Unternehmens vermitteln. Darauf baut das „Advanced“-Programm auf, welches unterschiedliche Managementbereiche umfasst: von Strategieentwicklung über Finance & Controlling bis hin zu Supply Chain- und HR-Management.

Ein weiteres Schwerpunktthema der HR-Arbeit ist die Förderung der tesa Talente. Im Rahmen des „Competencies Review“ bekommen Talente die Chance, an berufsrelevanten Übungen - vergleichbar mit denen eines Assessment Centers - teilzunehmen. Anschließend erhalten die Teilnehmenden anhand der tesa „Key Competencies“ ein qualifiziertes Feedback zu ihren Stärken und Entwicklungsfeldern. Für das Jahr 2021 wurde das „Competencies Review“ vollständig überarbeitet und virtuell durchgeführt. Neue Bestandteile sind unter anderem kontinuierliches Peer-Feedback, eine Selbstpräsentation sowie ein „Learning Path“, der sich auf die zehn Monate nach dem „Competencies Review“ erstreckt. Während dieser Zeit werden die Teilnehmenden intensiv von ihren Führungskräften sowie HR begleitet.

Auch 2021 fanden Workshops zur internen Nachbesetzung von Positionen auf allen Managementebenen statt. Dabei wurden alle Schlüsselpositionen eines Bereichs betrachtet und mögliche Nachfolgekandidat*innen für die jeweiligen Positionen diskutiert.

Im Rahmen der Formulierung der „newhorizon“-Unternehmensstrategie wurden die tesa Key Competencies durch die tesa „People Values“ ersetzt. Sie sollen den Rahmen für das anvisierte Verhalten der Mitarbeitenden definieren. Dies soll das weitere Wachstum von tesa unterstützen. Die sechs Unternehmenswerte lauten: „Team up“, „Set the pace“, „Challenge yourself“, „Focus on your customers“, „Act responsibly“ sowie „Achieve&Improve“. Die Integration der Werte in Führungskräfte-Workshops und in Führungstrainings sind weitere Schritte, um die People Values tiefer in der Organisation zu verankern.

Wissensvermittlung

Im Berichtsjahr war die Qualifizierung und Weiterentwicklung der Führungskräfte und Mitarbeitenden pandemiebedingt weiterhin vor Herausforderungen gestellt. Die weltweiten Trainingsprogramme in Präsenzform konnten auch 2021 nicht angeboten werden und wurden in digitale Formate und virtuelle Trainings übertragen und entsprechend durchgeführt.

Neben dem Ersatz der Präsenzformate durch digitale Lernangebote wurde die Nutzung der digitalen externen Plattform LinkedIn Learning ausgebaut und entsprechend bedarfsgerechte, unternehmensspezifische Lernpfade entwickelt.

Im Bereich der Wissensvermittlung setzt tesa weiterhin auf E-Learning-Formate. Bereits im Einsatz sind E-Learnings zu Themenfeldern wie Compliance, Arbeitssicherheit, Nachhaltigkeit, Produkt- und Technologieentwicklung, Sales sowie Supply Network. Über einen digitalen Learning Hub sind den Mitarbeitenden seit 2020 alle Weiterbildungsangebote bei tesa jederzeit zugänglich.

Im Jahr 2021 wurde zudem eine neue Führungskräfte trainingsreihe aufgesetzt. Die Trainingsreihe teilt sich auf in ein „basics“-Trainingsprogramm und ein „advanced“-Trainingsprogramm. Im „basics“-Teil werden in internationalen

Trainingsgruppen Grundlagen der Führungskompetenz und der Umgang mit Führungsaufgaben vermittelt. Im „advanced“-Teil werden den bereits erfahrenen Führungskräften Führungskompetenzen wie zum Beispiel Teamentwicklung, Changemanagement oder Coaching vermittelt. Die inhaltlichen Schwerpunkte der Führungskräfte trainingsreihe orientieren sich dabei an den Herausforderungen der tesa „newhorizon“-Strategie und am „Leadership Model@tesa“.

Ein neu aufgesetztes weltweites Gespräch für Mitarbeitende, das sogenannte „tesa Performance Management Appraisal“ (tPM), wurde Ende 2021 in der gesamten tesa Organisation ausgerollt. Damit wurden der jährliche Gesprächsprozess und der Gesprächsbogen für Mitarbeitende deutlich vereinfacht, gestrafft und digitalisiert. Darüber hinaus rücken das Gespräch zwischen Mitarbeitenden und Führungskraft sowie das Feedback zu Arbeitsergebnissen und Arbeitsverhalten stärker in den Vordergrund. Neben den Führungskräften sind mit dem neuen Prozess auch alle Mitarbeitenden aufgerufen, sich mit dem Gesprächsbogen auf das Gespräch für Mitarbeitende vorzubereiten. Durch den neuen Prozess stärkt tesa die Eigenverantwortung der Mitarbeitenden, aber auch die Eigeninitiative und das Bewusstsein für die erbrachten Leistungen. Zusätzlich sollen Mitarbeitende und Führungskraft von einer stärkeren Feedback- und Dialogkultur bei tesa profitieren.

Attraktives Arbeitsumfeld

Im Berichtsjahr verfolgte tesa weitere Initiativen für ein attraktives Arbeitsumfeld:

STEM-Initiative

In China startete 2021 der erste Teil der STEM-Initiative (Science, Technology, Engineering and Mathematics) mit Angeboten für Kinder und Jugendliche. Bei den mehrtägigen Veranstaltungen, die in Zusammenarbeit mit örtlichen Schulen organisiert wurden, sollen insbesondere Mädchen für Berufe aus dem natur- und ingenieurwissenschaftlichen Bereich begeistert werden. Im Rahmen der Initiative erhalten Teilnehmende die Möglichkeit, praxisorientiert erste Erfahrung zu sammeln und Berührungspunkte abzubauen. Nach einem erfolgreichen landesweiten Start in China ist geplant, das Programm auf weitere Länder auszuweiten.

BGM - Betriebliches Gesundheitsmanagement

In der tesa Unternehmenszentrale wird den Mitarbeitenden seit Jahren unter der Dachmarke „It's for you!“ ein umfassendes Gesundheitsmanagement mit den Themenschwerpunkten „Arbeitsumgebung“ (z. B. Ergonomieberatung), „Balance“ (z. B. Massagen), „Bewegung“ (z. B. hausinternes Fitnessstudio), „Ernährung“ und „Vorsorge“ (z. B. Darmkrebsvorsorge) geboten.

Während der Corona-Krise hat das Gesundheitsmanagement den Sprung in die digitale Welt geschafft: Nahezu alle bestehenden Angebote konnten in angepasster Form digital übertragen werden (z. B. virtuelle aktive Pausen, Onlinetraining „Gesundes Führen auf Distanz“).

tesa Women's Network

Im Jahr 2021 hat tesa mit dem neuen Frauennetzwerk #SisterhoodisPower von Beiersdorf kooperiert. Unterjährig haben dort regelmäßig Online-Veranstaltungen stattgefunden. Interne und externe Speaker*innen lieferten unterschiedliche Key Notes zu Karriere, Familie sowie Resilienz und eigenem Empowerment.

Back2Office

Im dritten Quartal des Berichtsjahres wurde es durch fortschreitende Impferfolge möglich, sukzessive eine Rückkehr der Mitarbeitenden in das tesa Headquarter zu ermöglichen. Hierzu wurde die Corona Task Force durch eine „Back2Office-Arbeitsgruppe“ ergänzt, die unterschiedliche Maßnahmen aufsetzte, um die Rückkehr der Mitarbeitenden in die Büros so attraktiv wie möglich zu gestalten. Mit der verstärkten Anwesenheit im Headquarter zielt tesa auf mehr persönliche Begegnungen und damit mehr Kreativität und Innovationskraft. Der erneute Anstieg der Corona-Zahlen ab Ende November hatte jedoch zur Folge, dass viele Mitarbeitende zum Ende des Jahres wieder von zu Hause arbeiteten.

Nachhaltigkeit¹

Nachhaltigkeit ist in unserer Unternehmenskultur fest verankert und ein wesentliches Element unserer Entscheidungs- und Geschäftsprozesse. Nachhaltiges Handeln bedeutet für uns, die Umwelt nicht zu belasten oder zu schädigen, Menschenrechte entlang der gesamten Wertschöpfungskette einzuhalten und zudem einen relevanten gesellschaftlichen Beitrag zu leisten. Auch in dem erneut von besonderen Herausforderungen geprägten Jahr 2021 haben wir mit viel Leidenschaft und Entschlossenheit unser Ziel verfolgt, uns als Unternehmen zu transformieren und zu einem positiven globalen Wandel beizutragen.

Seit 2020 ist unsere Nachhaltigkeitsagenda „Care Beyond Skin“ ein integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ . Wir treiben unsere Transformation entlang der gesamten Wertschöpfungskette voran - vom innovativen, nachhaltigen Produktdesign über die Beschaffung nachhaltiger Inhaltsstoffe und die effiziente Produktion in unseren Fabriken bis hin zum Ende des Lebenszyklus unserer Produkte. Als globales Hautpflegeunternehmen sind wir uns unserer großen Verantwortung bewusst und wollen einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten. Daher haben wir uns eines der ambitioniertesten Reduktionsziele der Branche gesetzt. Bis 2025 wollen wir konzernweit die CO₂ Emissionen in Scope 1 und 2 um 30% absolut und in Scope 3 um 10% absolut senken (Basisjahr 2018). Diese Ziele wurden von der „Science Based Targets Initiative“ (SBTi) anerkannt und stehen im Einklang mit der Forderung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, die globale Erderwärmung auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen. Darüber hinaus haben wir mit der „Business Ambition 1.5 degrees“ eine langfristige freiwillige Selbstverpflichtung unterzeichnet, bis spätestens 2050 „Net-Zero Emissions“ (Netto-Null-Emissionen) zu erreichen.

Ausführliche Informationen zu unserem Engagement im Bereich Nachhaltigkeit erhalten Sie in der folgenden Nichtfinanziellen Erklärung (NFE) bzw. unter www.beiersdorf.de/nachhaltigkeit/reporting/downloads Darüber hinaus stehen unter www.beiersdorf.de/nachhaltigkeit bzw. www.tesa.com/de-de/ueber-uns/sustainability weitere Inhalte zum Thema Nachhaltigkeit zur Verfügung.

¹ Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

Nichtfinanzielle Erklärung 2021

Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung des Beiersdorf Konzerns und der Beiersdorf AG

Das CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) verpflichtet uns, wesentliche nichtfinanzielle Aspekte unserer Geschäftstätigkeit als Ergänzung zu der bestehenden Finanzberichterstattung offenzulegen. Dies sind insbesondere Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelange sowie Aspekte hinsichtlich der Achtung der Menschenrechte und der Korruptionsbekämpfung.

Die folgenden Kapitel bilden die zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung (NFE) des Beiersdorf Konzerns (Unternehmensbereiche Consumer und tesa) und der Beiersdorf AG gemäß § 315b HGB bzw. § 289b HGB. Die Inhalte werden in diesem Jahr zum zweiten Mal im Geschäftsbericht veröffentlicht.

Darüber hinaus veröffentlichen beide Unternehmensbereiche Consumer und tesa jeweils separate Nachhaltigkeitsberichte. Hier werden weiterführende Informationen zu Nachhaltigkeitsaktivitäten und -projekten dargestellt.

Anwendung internationaler Standards und Rahmenwerke

Für die Erstellung der Nichtfinanziellen Erklärung des Beiersdorf Konzerns und der Beiersdorf AG wurden keine internationalen Rahmenwerke gemäß § 315c Abs. 3 HGB i. V. m. § 289d HGB verwendet. Der Unternehmensbereich Consumer orientiert sich in seiner weitergefassten Nachhaltigkeitsberichterstattung jedoch an den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) und veröffentlicht einen separaten GRI-Index.

Beide Unternehmensbereiche sind Mitglied des United Nations Global Compact (UNGC) und informieren zu den im Berichtszeitraum erzielten Erfolgen und ergriffenen Maßnahmen, um die zehn Prinzipien des UNGC in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung umzusetzen. Die vorliegende Nichtfinanzielle Erklärung wird als Fortschrittsbericht des Beiersdorf Konzerns eingereicht.

Die wesentlichen nichtfinanziellen Themen der Unternehmensbereiche

Der Unternehmensbereich Consumer hat im Jahr 2021 eine Materialitätsanalyse durchgeführt, um die bisherigen wesentlichen nichtfinanziellen Themen zu überprüfen und zu aktualisieren. Die folgenden Themen wurden dabei als wesentlich identifiziert: Klimaschutz, Kreislaufwirtschaft, nachhaltige Landnutzung und Biodiversität, nachhaltiger Umgang mit Wasser, Diversität und Inklusion, Aus- und Weiterbildung, Arbeitgeberattraktivität, Arbeitssicherheit und Gesundheit, Achtung der Menschenrechte, gesellschaftliches Engagement, Compliance und Geschäftsethik sowie Produktsicherheit.

Der Unternehmensbereich tesa hat seine Materialitätsmatrix mit Mitgliedern relevanter Fachbereiche zuletzt im Jahr 2020 aktualisiert. Die wesentlichen nichtfinanziellen Themen sind: Klima und Energie, Produktnachhaltigkeit, Ressourceneffizienz, Wasser, Personalentwicklung, Diversität und Chancengleichheit, Arbeitssicherheit und Gesundheit, Menschenrechte, Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten und Produktsicherheit.

Eine Übersicht aller wesentlichen nichtfinanziellen Themen der Unternehmensbereiche Consumer und tesa sowie Kapitel- und Seitenangaben finden Sie in unserem Index zur Nichtfinanziellen Erklärung auf Seite 59.

Erklärungsumfang

Die Angaben zu den wesentlichen nichtfinanziellen Themen erfolgen überwiegend gesondert für die Unternehmensbereiche tesa und Consumer. Grundsätzlich werden alle Informationen gemeinsam für den Beiersdorf Konzern und die Beiersdorf AG berichtet. Kennzahlen, die für die Beiersdorf AG separat erhoben werden, sind in einer Tabelle auf Seite 62 aufgeführt.

Gemäß Artikel 8 der EU-Taxonomie-Verordnung berichten wir in der vorliegenden Nichtfinanziellen Erklärung erstmals über „ökologisch nachhaltige“ Umsatzerlöse, Investitionsausgaben und operative Ausgaben für die Umweltziele „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“. Die Berichterstattung erfolgt hier gemeinsam für die Unternehmensbereiche Consumer und tesa.

Das im Jahr 2020 akquirierte Geschäft STOP THE WATER WHILE USING ME! wird in einer eigenständigen Geschäftseinheit geführt und ist aufgrund seines vergleichsweise geringen Absatzvolumens nicht in den berichteten Kennzahlen erfasst. Ebenso ist unsere Beteiligung NIVEA-KAO in Japan in dieser Erklärung nicht enthalten, da diese im Hinblick auf nichtfinanzielle Themen eigenständig gesteuert wird.

Die Nichtfinanzielle Erklärung wurde durch die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit auf Basis des International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised) unterzogen.

Um Redundanzen zu vermeiden, wird mitunter auf Stellen im zusammengefassten Lagebericht verwiesen, die nichtfinanzielle Angaben enthalten. Dies betrifft die Bereiche „Geschäft und Strategie“ und „Menschen bei Beiersdorf“, deren Inhalte teilweise auch Bestandteil der Nichtfinanziellen Erklärung sind. Die entsprechenden Abschnitte werden im zusammengefassten Lagebericht mit  gekennzeichnet.

NFE-Index

ERKLÄRUNG ZUR ZUSAMMENGEFASSTEN NICHTFINANZIELLEN ERKLÄRUNG

Strategie

Beschreibung des Geschäftsmodells

Wesentliche Risiken

NFE-Aspekt	Wesentliche Themen Consumer	Wesentliche Themen tesa		
Umweltbelange	Klimaschutz	S. 61	Klima und Energie	S. 61
	Kreislaufwirtschaft	S. 65	Produktnachhaltigkeit	S. 67
	Nachhaltige Landnutzung	S. 68	Ressourceneffizienz	S. 69
	Wasser	S. 70	Wasser	S. 70
Arbeitnehmerbelange	Aus- und Weiterbildung	S. 71	Personalentwicklung	S. 71
	Diversität und Inklusion	S. 71	Diversität und Chancengleichheit	S. 72
	Arbeitgeberattraktivität	S. 71		
	Arbeitssicherheit und Gesundheit	S. 73	Arbeitssicherheit und Gesundheit	S. 73
Sozialbelange	Gesellschaftliches Engagement	S. 75		
Menschenrechte	Achtung der Menschenrechte	S. 76	Achtung der Menschenrechte	S. 76
Compliance	Compliance und Geschäftsethik	S. 78	Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten	S. 78
Weitere Belange	Produktsicherheit	S. 80	Produktsicherheit	S. 80
Berichterstattung zur EU-Taxonomie				

Strategie

Nachhaltigkeit ist ein elementarer Bestandteil unserer Unternehmenskultur und hat in den Entscheidungs- und Geschäftsprozessen bei Beiersdorf einen hohen Stellenwert. Wir bemühen uns, Umweltschutz, soziale Verantwortung und wirtschaftlichen Erfolg in Einklang zu bringen und haben unser Engagement in diesen Bereichen seit 2020 weiter ausgebaut. So haben wir seitdem zum Beispiel unsere Klimaziele von der Science Based Targets Initiative verifizieren lassen, sind neue Verpflichtungen im Bereich Kreislaufwirtschaft eingegangen oder haben Vorstandsziele zum Thema Nachhaltigkeit eingeführt.

Um die Behandlung von Klimafragen und anderen relevanten Nachhaltigkeitsthemen zu beaufsichtigen, gibt es im Unternehmen zwei funktionsübergreifende Steuerungsgremien: Ergänzend zur konzernweiten Nachhaltigkeitsfunktion wurde für den Unternehmensbereich Consumer ein Sustainability Council und für tesa ein Sustainability Committee fest etabliert. In diesen Gremien sind die Leiter*innen aller relevanten Bereiche vertreten, denen jeweils die Vorstandsmitglieder vorstehen. Beide Gremien treten mindestens vierteljährlich zusammen.

Zudem stehen wir in einem regelmäßigen Dialog mit unseren externen Stakeholder*innen. Durch diesen Austausch überprüfen wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten kontinuierlich und beziehen so aktuelle gesellschaftliche und ökologische Entwicklungen mit in unsere Planungen ein.

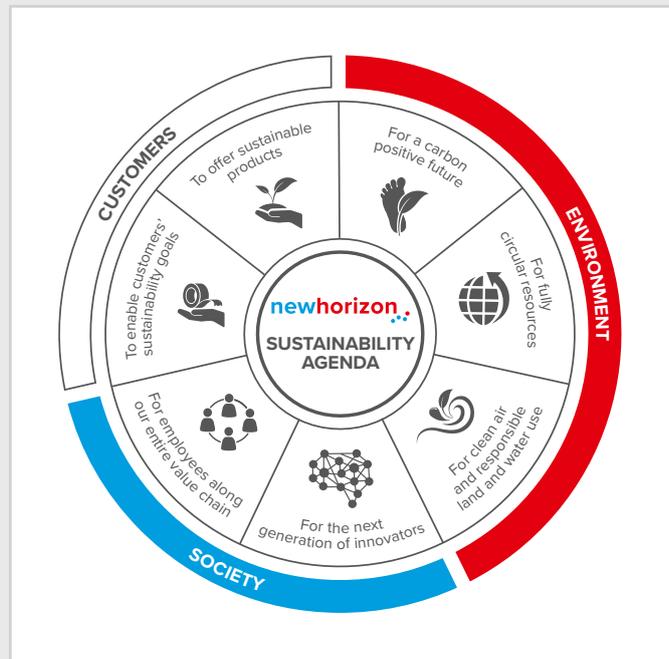
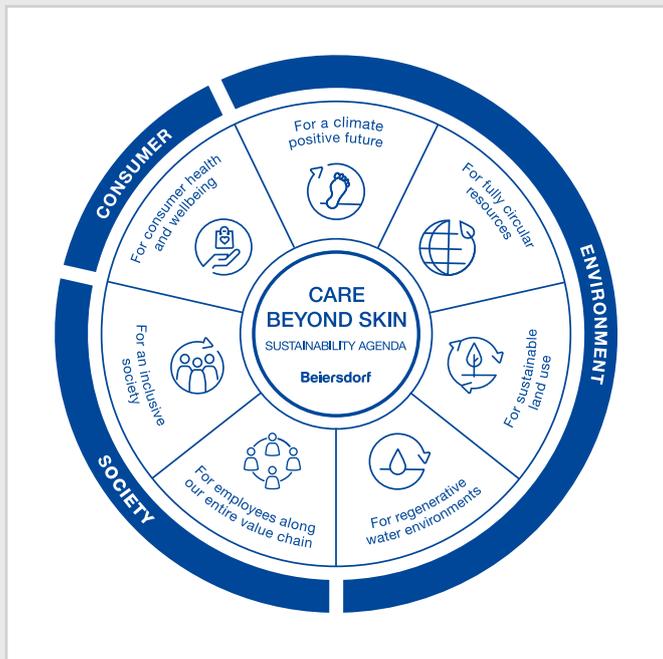
Consumer

Um zu bekräftigen, wie zentral das Thema Nachhaltigkeit für unser Selbstverständnis ist, haben wir es in unserer Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ , die wir seit 2019 verfolgen, als wichtigen Eckpfeiler für unser Geschäft definiert.

Integraler Bestandteil von C.A.R.E.+ ist seit 2020 unsere Nachhaltigkeitsagenda „Care Beyond Skin“. Sie konkretisiert unseren Corporate Purpose und umfasst sieben Fokusfelder, die den Einfluss unserer Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette abbilden: von den Auswirkungen unserer Produkte und Prozesse auf das Klima, der Kreislauffähigkeit der eingesetzten Ressourcen und deren Einfluss auf die Land- und Wassernutzung über die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden und Verbraucher*innen bis hin zu unserem Engagement für eine inklusive Gesellschaft.

In allen Bereichen haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt, die wir bis 2025 beziehungsweise 2030 erreichen wollen. Die zehn Prinzipien des „Global Compact“ der Vereinten Nationen (UNGC) und die „Sustainable Development Goals“ (SDGs) bilden die Grundlage unseres Engagements. Unsere Agenda zählt auf 13 der insgesamt 17 SDGs ein.

Das Jahr 2021 war durch die konsequente Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsagenda „Care Beyond Skin“ geprägt. Wir konnten sowohl unser soziales Engagement ausbauen als auch im ökologischen Bereich deutliche Fortschritte erzielen. Unter anderem haben wir den wichtigen Meilenstein erreicht, die ersten klimaneutralisierten Produkte für unsere globale Hautpflegemarke NIVEA auf den Markt zu bringen.



tesa

Im Rahmen der neuen Geschäftsstrategie „newhorizon“ hat tesa im Jahr 2020 eine Nachhaltigkeitsagenda definiert. Sie betrifft die gesamte Wertschöpfungskette des Unternehmensbereichs: angefangen bei den Rohstoffen und Zulieferbetrieben über die Produktion und die Beschäftigten bis hin zu Kund*innen und der weltweiten Unterstützung sozialer Initiativen und Projekte. Die Agenda orientiert sich an den zehn Prinzipien des „Global Compact“ der Vereinten Nationen (UNGC) und den „Sustainable Development Goals“ (SDGs) der Vereinten Nationen.

Die Nachhaltigkeitsagenda umfasst die drei Bereiche Environment, Customers und Society, die wiederum insgesamt sieben Fokusbereiche beinhalten. Die Fokusbereiche legen jeweils die mittel- bis langfristigen Ambitionen dar. Bereits bestehende Initiativen werden ebenfalls darin weitergeführt. Für jeden dieser Bereiche werden oder wurden bereits Ziele definiert.

Wir entwickeln unsere Nachhaltigkeitsstrategie kontinuierlich weiter. In den kommenden Jahren werden wir regelmäßig über aktuelle Entwicklungen und Maßnahmen im Rahmen der Nachhaltigkeitsagenda transparent berichten.

Beschreibung des Geschäftsmodells

Beiersdorf ist eines der weltweit führenden Unternehmen der Konsumgüterindustrie. Seit der Gründung im Jahr 1882 konnte es sich mit starken Marken etablieren und beschäftigt inzwischen über 20.000 Mitarbeitende. Das Geschäft von Beiersdorf gliedert sich in zwei Unternehmensbereiche: Im Unternehmensbereich Consumer liegt unser Schwerpunkt auf Hautpflegepro-

dukten und im Unternehmensbereich tesa konzentrieren wir uns auf die Entwicklung hochqualitativer, selbstklebender System- und Produktlösungen. Eine detaillierte Beschreibung unseres Geschäftsmodells findet sich im zusammengefassten Lagebericht im Kapitel „Geschäft und Strategie“ ab Seite 37.

Wesentliche Risiken

Ein Unternehmen wie Beiersdorf hat aufgrund seiner Größe und Bekanntheit eine Vorbildfunktion und ist von allgemeinem Interesse. Unsere Handlungen in Bezug auf Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelange, die Bekämpfung von Korruption und Bestechung sowie die Achtung der Menschenrechte spielen daher in der öffentlichen Wahrnehmung eine wichtige Rolle. Handeln wir in diesen Bereichen nicht nachhaltig, kann dies zu nichtfinanziellen Risiken für uns führen.

Im Rahmen unseres konzernweiten integrierten Managementsystems evaluieren wir daher regelmäßig, welche nichtfinanziellen Risiken für Beiersdorf relevant sind und wo Steuerungsbedarf besteht. 2021 wurde erneut das Risiko von nicht fachgerecht entsorgten Plastikverpackungen als wesentlich eingeschätzt. Der Einsatz von Plastikverpackungen kann bei nicht fachgerechter Entsorgung oder im Falle einer unzureichenden Entsorgungsinfrastruktur im Absatzland zur Umweltbelastung führen und wird daher als wesentliches Risiko im Sinne des CSR-RUG eingestuft. Dieses Risiko spiegelt sich im sich verändernden Konsument*innenverhalten im Zusammenhang mit der Verwendung bestimmter Materialien wider. Wir begegnen diesen Risiken durch unsere Kreislaufstrategie, die eine Reduktion fossilen Plastiks und eine verstärkte Nutzung von Rezyklaten beinhaltet.

Umweltbelange

Als produzierendes Konsumgüterunternehmen sind wir uns der Auswirkungen unserer Geschäftsaktivitäten auf die Umwelt bewusst. Deswegen arbeiten wir kontinuierlich daran, die ökologischen Folgen unserer Prozesse und Produkte so gering wie möglich zu halten. Dabei achten wir insbesondere auf die Bereiche Klimaschutz, Kreislaufwirtschaft, nachhaltige Landnutzung und Wasser.

Klimaschutz

Wir sehen den Klimawandel als eine der größten Herausforderungen unserer Zeit an. Risiken und Chancen, die sich aus dem Klimawandel ergeben, beeinflussen daher unsere Geschäftsstrategie und unser unternehmerisches Handeln.

Mit dem Klimawandel verbundene Risiken, beispielsweise Auswirkungen auf Rohstoffpreise und Materialverfügbarkeiten oder die Einführung neuer fiskalischer Instrumente, werden im integrierten Risikomanagement ebenso gesteuert wie die entsprechenden Maßnahmen zur Risikominimierung.

Darüber hinaus haben wir im Berichtsjahr für den Unternehmensbereich Consumer eine Analyse der klimabedingten physischen und transitorischen Risiken sowie Chancen gemäß den Empfehlungen der „Task Force on Climate-Related Financial Disclosures“ (TCFD) durchgeführt und dabei potenzielle Risiken qualitativ beschrieben. Für 2022 planen wir eine tiefergehende Betrachtung und finanzielle Bewertung der Ergebnisse, um diese im nächsten Berichtszyklus in das bestehende Risikomanagementsystem zu integrieren. Eine Zusammenfassung der TCFD-relevanten Informationen ist in einem separaten Dokument auf unserer Website abrufbar.

Eine detaillierte Beschreibung unseres Risikomanagements findet sich im zusammengefassten Lagebericht im Kapitel „Risikobericht“ ab Seite 99.

Der Klimaschutz ist ein zentrales Handlungsfeld in den Nachhaltigkeitsstrategien der Unternehmensbereiche Consumer und tesa. Die erforderlichen Aktivitäten zur Erreichung unserer Klimaambition werden daher auch in der Finanz- und Investitionsplanung berücksichtigt. Sowohl das Sustainability Council im Unternehmensbereich Consumer als auch das Sustainability Committee bei tesa sind dafür verantwortlich, klimabezogene Entscheidungen zu überwachen. Dabei geht es darum, die Strategien kontinuierlich weiterzuentwickeln, die Fortschritte in der Erreichung der Klimaziele zu überprüfen und die Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen sicherzustellen.

Für den Unternehmensbereich Consumer hat das Sustainability Council im Berichtsjahr begonnen, die Klimaziele auf die einzelnen Funktionen und Produktkategorien herunterzubrechen, um somit in allen Bereichen des Festlegen interner Grenzwerte zu ermöglichen und den Klimaschutz voranzutreiben.

Unsere Klimaziele

Beiersdorf hat sich bereits 2020 zu ambitionierten Klimazielen verpflichtet, die für beide Unternehmensbereiche, Consumer und tesa, gelten: Bis 2025 wollen wir eine absolute Reduktion der energiebezogenen Scope-1- und Scope-2-Emissionen¹ um 30% (im Vergleich zu 2018) erreichen. Indirekte Treibhausgas (THG)-Emissionen entlang unserer Wertschöpfungskette (Scope-3-Emissionen) sollen bis 2025 um 10% reduziert werden. Diese Klimaziele wurden von der Science Based Targets Initiative (SBTi) anerkannt und entsprechen dem 1,5-Grad-Szenario des Pariser Klimaabkommens. Der Unternehmensbereich Consumer hat sich zusätzliche Ziele gesetzt, bis 2025 die absoluten Scope-3-Emissionen um 30% gegenüber 2018 zu reduzieren, und für alle Produktionszentren bis 2030 die Klimaneutralität zu erreichen.

Darüber hinaus haben die beiden Unternehmensbereiche Consumer und tesa die langfristige freiwillige Selbstverpflichtung unterzeichnet, bis spätestens 2050 „Net-Zero Emissions“ (Netto-Null-Emissionen) zu erreichen.

Im Hinblick auf unsere Klimaziele konnten wir erhebliche Fortschritte erreichen: Die absoluten Scope-1- und Scope-2-Emissionen im Bereich Consumer konnten gegenüber dem Basisjahr 2018 um 26% und bei tesa um 16,5% gesenkt werden. Dies führte insgesamt zu einer Reduktion der absoluten Scope-1- und Scope-2-Emissionen um 21%. Die absoluten Scope-3-Emissionen² des Unternehmensbereichs Consumer wurden im gleichen Zeitraum um 12% reduziert, sodass hier die gesamte Reduktion über Scope-1 bis -3 12,7% betrug.

Bereits 2020 konnten wir außerdem unser Ziel erreichen, ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energien zu beziehen. Somit kaufen alle Büro- und Produktionsstandorte der Unternehmensbereiche tesa und Consumer weltweit zu 100% Strom aus erneuerbaren Energiequellen ein.³

Klimadaten: Energie, Scope-1- und Scope-2-Emissionen

Wir erfassen, konsolidieren und analysieren unsere Energieverbräuche, um unsere weltweiten THG-Emissionen zu ermitteln. Durch die kontinuierliche Erhebung dieser Daten überprüfen wir die Wirksamkeit unserer durchgeführten Maßnahmen und identifizieren zukünftige Einsparpotenziale. Durch eine enge Zusammenarbeit mit den Datenlieferant*innen wurde ein standardisiertes Arbeitsverfahren eingeführt, das die Prozesse von der Datenerhebung bis zur regelmäßigen Validierung abdeckt und somit die Qualität unserer Scope-1- und Scope-2-Berichterstattung weiter verbessert.

Wir berechnen unsere THG-Emissionen nach den Vorgaben des Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol). Das GHG Protocol erlaubt unterschiedliche Konsolidierungsansätze für die Berechnung von Scope-1- und Scope-2-Daten. Wir haben den Ansatz der operativen Steuerung zur Konsolidierung unserer Emissionsberechnung gewählt.

Die Grundlage für die Berechnung bilden überwiegend die Emissionsdaten des Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) sowie die Emissionsfaktoren unserer Energieversorger und der International Energy Agency (IEA). Weitere Emissionen wie Dampf aus Fernwärme berechnen wir unter Verwendung der Emissionsfaktoren, die durch die Datenbank „GaBi“ und das britische Umweltministerium „Department for Environment, Food & Rural Affairs“ (Defra) zur Verfügung gestellt werden.

¹ Zu Scope 1 gehören alle Emissionen, die wir selbst durch die Verbrennung von Energieträgern an unseren Produktionsstandorten verursachen, z. B. bei der Stromerzeugung. Scope-2-Emissionen entstehen durch die Erzeugung von Energie, die wir extern beziehen, z. B. Strom.

² Zu den Scope-3-Emissionen gehören die Kategorien eingekaufte Waren und Dienstleistungen, vorgelagerter Transport und Logistik sowie Geschäftsreisen.

³ Beiersdorf bezieht den Ökostrom direkt von Energieversorgern oder erwirbt beim Stromeinkauf „International Renewable Energy Certificates“ (I-RECs), europäische Herkunftsnachweise („Guarantees of Origin“) oder landesspezifische Zertifikate.

Der Unternehmensbereich Consumer erhebt Energieverbrauchsdaten an allen Produktionsstandorten, in unseren eigenen Lagern und in unseren Büros ab 50 Mitarbeitenden (in Vollzeitäquivalenten). tesa erhebt die Energie-

verbrauchsdaten für alle nach ISO 14001-zertifizierten Standorte. Das sind sechs Produktionsstandorte und die Hauptzentrale.

KENNZAHLEN

	Unternehmensbereich	2018	2019	2020	2021
Scope-1-Emissionen (t CO ₂ e)	Beiersdorf Konzern	98.980	94.175	93.057	100.458
	Consumer	43.341	43.854	38.929	42.085
	tesa	55.639	50.321	54.128	58.373
Scope-2-Emissionen ¹ (t CO ₂ e)	Beiersdorf Konzern	30.060	19.749	1.240	1.569
	Consumer	15.809	6.628	1.228	1.569
	tesa	14.251	13.121	12	0
Scope-1- und Scope-2-Emissionen (t CO ₂ e)	Beiersdorf Konzern	129.040	113.924	94.297	102.027
	Consumer	59.150	50.482	40.157	43.654
	tesa	69.890	63.442	54.140	58.373
Gesamt-Energieverbrauch (GWh)	Beiersdorf Konzern	668	650	631	687
	Consumer	341	349	321	343
	tesa	327	301	310	344

¹ Die in diesem Abschnitt dargestellten Scope-2-Emissionen basieren auf der „market-based“-Methode.

Scope-3-Emissionen identifizieren

Entlang unserer Wertschöpfungskette entstehen ebenfalls Emissionen, beispielsweise durch den Bezug von Waren und Dienstleistungen oder Transportaktivitäten. Diese werden als Scope-3-Emissionen bezeichnet.

Der Unternehmensbereich tesa ermittelt seit 2018 die Daten für die wesentlichen Emissionen entlang der Wertschöpfungskette. Dabei haben wir die Bereiche Rohstoffe, Fertigwarenhersteller und Produkttransporte als wesentliche Scope-3-Kategorien identifiziert. Zukünftig wollen wir unser CO₂-Monitoring für Scope-3-Emissionen weiter ausbauen.

Der Unternehmensbereich Consumer hat auf Basis eines Input-Output-Modells die relevantesten Kategorien für die Scope-3-Emissionen² identifiziert. Das Input-Output-Modell bewertet Ressourcenverbräuche und Umweltbelastungen in der gesamten Lieferkette auf Basis internationaler Statistiken und Datenbanken. Folgende Kategorien haben wir für den Unternehmensbereich Consumer als wesentlich festgelegt: Verpackungsmaterialien, Rohmaterialien für Produktformeln, Fertigwarenhersteller, eingekaufte Transportdienstleistungen, Lagerung und Geschäftsreisen. Mit dieser Auswahl decken wir mehr als zwei Drittel unserer gesamten Scope-3-Emissionen ab, was den Anforderungen der SBTi entspricht. Die entsprechenden Kennzahlen im Bereich Scope-3-Emissionen finden sich im Unterkapitel „Consumer“.

Consumer

Verbesserung der Scope-3-Kalkulationen

Für alle festgelegten Kategorien innerhalb unserer Zielsetzung haben wir Berechnungsmethoden entwickelt, die auf genauere Daten zurückgreifen, sofern diese vorhanden sind. Dadurch ist eine bessere Fortschrittskontrolle unserer Reduktionsmaßnahmen möglich. Der Hauptanteil unserer Scope-3-Emissionen entsteht bei den Vormaterialien und Herstellungsprozessen der Verpackungen³ und Rohmaterialien, die wir für unsere Produkte benötigen. Die Kalkulation dieser THG-Emissionen basiert auf Primärdaten für den Materialverbrauch und sekundären Emissionsfaktoren auf der Grundlage von Lebenszyklusdatenbanken.

In Rahmen der Scope-3-Kalkulationen arbeiten wir mit Dienstleister*innen zusammen, um weitere und verbesserte Emissionsfaktoren für Lebenszyklusanalysen zu erheben. Außerdem entwickeln wir derzeit interne IT-Lösungen, um die Analyse und Berichterstattung von Daten zu automatisieren.

Die Berechnung der Emissionen unserer ausgelagerten Produktion und Lagerung erfolgt anhand von Abfragen bei Lieferbetrieben aus den Bereichen Fertigwaren und Lagerung⁴. Es wurden Daten zum Energieverbrauch sowie Emissionsfaktoren für eingekauften Strom erhoben. Die erhobenen Daten sind auf die für uns produzierten Produktmengen bzw. Warenumsätze bezogen. Die Kalkulationsmethodik zu den THG-Emissionen ist deckungsgleich mit der Scope-1- und Scope-2-Kalkulation für unsere eigenen Standorte. 2021 konnten wir 95 % unserer ausgelagerten Fertigwarenproduktion

² Bei allen folgenden Ausführungen zu unseren Scope-3-Emissionen werden nur der Massenmarkt sowie das Dermokosmetikgeschäft des Unternehmensbereichs Consumer betrachtet. Die Scope-3-Emissionen des Premiumsegments mit LA PRAIRIE sind nicht berücksichtigt, da die Verkaufsmenge von LA PRAIRIE einen geringfügigen Anteil des Gesamtgeschäfts von Beiersdorf ausmacht.

³ Wir berücksichtigen bei dieser Berechnung Konsumentenverpackungen und Sekundärpackmittel. Packmittel, die im Rahmen von Konfektionierungsarbeiten oder bei der Transportvorbereitung hinzugefügt werden, sind nicht enthalten.

⁴ Bei der ausgelagerten Produktion und Lagerung weicht der Datenerhebungszeitraum (Dezember 2020 bis November 2021) vom Berichtszeitraum ab.

und 94 % unserer Lagertätigkeiten über die durchgeführte Abfrage abdecken. Die Werte der folgenden Tabelle sind hochgerechnete Emissionswerte, um alle Zulieferbetriebe und die Lagerhaltung abzudecken.

Zur Berechnung der globalen vor- und nachgelagerten transportbedingten THG-Emissionen verwenden wir das Tool „EcoTransIT“ nach der europäischen Norm DIN EN 16258. Daten zu Entfernungen, Ladelasten und den verschiedenen Verkehrsmitteln werden aus dem Logistiknetzwerk gewonnen.

Um die Emissionen durch Geschäftsreisen zu ermitteln, werden die Informationen über Entfernungen und Verkehrsmittel aus unserem Reisemanagementsystem exportiert oder direkt von unseren Tochtergesellschaften gemeldet. Für die über unser Reisemanagementsystem erfassten Daten berechnen wir die Emissionen nach der Methodik des Verbands Deutscher Geschäftsreise-

veranstalter (VDR) unter Berücksichtigung eines „Radiative Forcing Index“-Faktors (RFI) von zwei für Geschäftsflüge. Im Falle direkt gemeldeter Geschäftsreisendaten berechnen wir die Emissionen auf der Grundlage der IEA-Daten. Im Berichtsjahr wurden die Flugemissionen der deutschen Gesellschaften aus 2020 rückwirkend ausgeglichen. Dies wird auch für das Berichtsjahr 2021 erfolgen. Im Vergleich zu 2018 sind unsere Scope-3-Emissionen im Bereich Geschäftsreisen um 84 % zurückgegangen. Diese Entwicklung kann unter anderem auf die anhaltende Auswirkung der COVID-19-Pandemie zurückgeführt werden.

Zusätzlich zur Nichtfinanziellen Erklärung legen wir im Rahmen der jährlichen CDP-Befragung unsere Managementansätze und Daten zum Themenbereich Klima offen. Bei der CDP-Bewertung innerhalb des „Climate Change Programs“ erhielten wir 2021 die Bewertung „A“.

SCOPE-3-TREIBHAUSGASEMISSIONEN CONSUMER (IN T CO₂E)¹

Bereich	2018	2019	2020	2021
Kategorie 1: Eingeaufte Güter und Dienstleistungen ²				
Verpackung	443.082	429.849	385.261	388.305
Rohmaterialien	556.601	533.541	507.479	530.213
Fertigwarenhersteller	36.706	22.052	25.700	10.316
Kategorie 4: Transport und Verteilung (vorgelagert) ³				
Fertigwaretransport	118.594	120.863	115.979	107.909
Lagerung	11.705	11.879	9.729	2.283
Kategorie 6: Geschäftsreisen				
Geschäftsreisen	17.046	18.750	3.693	2.677
Summe Scope-3 THG-Emissionen	1.183.734	1.136.934	1.047.841	1.041.703

¹ Die Kategorien werden durch das GHG Protocol definiert.

² Die Emissionsdaten für Verpackungen und Rohstoffe 2018, 2019 und 2020 wurden aufgrund aktualisierter Emissionsfaktoren angepasst. COPPERTONE ist in diesen Zahlen nicht enthalten.

³ Die Transportemissionen der Jahre 2018, 2019 und 2020 wurden aufgrund methodischer Änderungen neu berechnet. Die Daten für die Lagerung wurden auf der Basis der eingelagerten Paletten extrapoliert.

Wandel in Richtung Klimaneutralisierung

Um das langfristige „Netto-Null“-Ziel zu erreichen, haben wir für die Transformationsphase einen Klimaneutralisierungsplan erstellt. Unser „Climate Neutralization Framework“ beschreibt transparent den gesamten Neutralisierungsprozess für unsere Produkte und Marken und wurde auf der Grundlage der Prinzipien und Anforderungen der international anerkannten Norm PAS 2060 entwickelt.

Klimaneutralisierung besteht bei uns aus drei Schritten. Der erste Schritt ist „Messen“: Alle THG-Emissionen werden in Übereinstimmung mit dem GHG Protocol quantifiziert. Der zweite Schritt ist „Reduzieren“. Dieser spiegelt sich in unseren ambitionierten Klimazielen wider, die sich an den wissenschaftlichen Erkenntnissen zur Begrenzung der globalen Erwärmung auf 1,5 Grad Celsius orientieren. Wir fokussieren unsere Aktivitäten und unsere Ressourcen hauptsächlich auf die Erreichung dieser Reduktionsziele. Der dritte Schritt ist „Neutralisieren“. Um bereits in der Übergangsphase zur Erreichung des „Net-Zero“-Ziels zusätzliche CO₂-Speicherpotenziale zu erschließen, investieren wir in zertifizierte Klimaprojekte, um die verbleibenden Emissionen auszugleichen.

Da wir unsere THG-Bilanzierungsmethoden im vorstehenden Abschnitt ausführlich dargelegt haben, werden wir im Folgenden auf den zweiten und dritten Schritt detailliert eingehen.

Emissionsreduktion in unserem Betrieb

Gerade an unseren Produktionsstandorten lassen sich energiebezogene Emissionen noch weiter reduzieren und die Energieeffizienz steigern. Unser Ziel ist es, bis 2030 alle Produktionsstätten klimaneutral zu betreiben. Dafür setzen wir auf verschiedene Maßnahmen:

Über die Nutzung von 100 % eingekauftem Ökostrom hinaus haben wir an 12 unserer Produktions- und Bürostandorten Photovoltaik-Anlagen installiert, mit denen wir einen Teil unseres Strombedarfs decken. Die Anlagen haben im Berichtsjahr weltweit 3.117 MWh Strom erzeugt. 2020 haben wir zudem die Initiative „Sustainability in Manufacturing“ ins Leben gerufen. Die Initiative bezieht alle 15 Produktionsstandorte weltweit mit ein und unterstützt die Zielerreichung in den Bereichen Klima, Abfall und Wasser bis 2025. Das zuständige Projektteam schlüsselt dabei die Unternehmensziele nach Produktionsstandorten auf, analysiert die Energieverbräuche und leitet daraus notwendige Maßnahmen ab. Lokal gewonnene Erkenntnisse werden in Form von Best-Practice-Beispielen innerhalb unseres internationalen Netzwerks ausgetauscht und dort, wo es sinnvoll erscheint, auch für andere Standorte angewendet.

Energieeffiziente, moderne Gebäude und Produktionsstandorte tragen maßgeblich zur Erreichung unseres Klimaziels bei. Beim Bau eines neuen oder bei der Umgestaltung eines bestehenden Gebäudes betrachten wir dessen gesamten Lebenszyklus und setzen gezielt auf nachhaltige Energiekonzepte.

Bei unseren Neubau- und Erweiterungsprojekten streben wir stets eine Zertifizierung nach dem „Leadership in Energy and Environmental Design“ (LEED) an. Dies gilt auch für unsere neue Konzernzentrale und unser Forschungszentrum in Hamburg-Eimsbüttel, deren Fertigstellung für 2023 geplant ist. Neben dem Gütesiegel LEED beabsichtigen wir für das mehr als 100.000 Quadratmeter große Gebäude auch eine Zertifizierung nach dem „WELL Building Standard“.

Auch für das geplante Hub in Leipzig wird ein CO₂-neutraler Betrieb und eine einschlägige Nachhaltigkeits-Zertifizierung angestrebt. In diesem Rahmen werden neben der Implementierung energieeffizienter Prozesse auch die Fassaden und Dächer des Gebäudes begrünt sowie Photovoltaik-Module installiert.

Bestehende Werke rüsten wir ebenfalls um: Als erstes Beiersdorf-Werk wird der Standort in Berlin 2022 ausschließlich Biomethan beziehen. Dadurch werden die THG-Emissionen um 99% gesenkt. Das Biogas wird in Dänemark aus organischen Abfällen erzeugt und ins europäische Gasnetz gespeist.¹

Emissionsreduzierung entlang der Wertschöpfungskette

Die Reduzierung der Scope-3-Emissionen stellt eine große Herausforderung dar, da sich die Entstehung der Emissionen unserer direkten betrieblichen Kontrolle entzieht. Deshalb arbeiten wir funktionsübergreifend und mit unseren Lieferfirmen zusammen, um innovative Maßnahmen zur Reduzierung unseres CO₂-Fußabdrucks zu etablieren.

Im Berichtsjahr haben wir zudem einen Maßnahmenplan zur Reduzierung der Emissionen innerhalb der wichtigsten Scope-3-Kategorien entwickelt, die im Folgenden aufgeführt werden:

Verpackungen

Die größten Verpackungsemissionen werden durch Kunststoffe und Aluminium verursacht. Daher arbeiten wir an innovativen Lösungen zur Vermeidung, Reduzierung, Wiederverwendung und zum Recycling unserer Produktverpackungen bis 2025. Wir streben danach, den Anteil an recyceltem Aluminium in Aluminiumverpackungen zu erhöhen und Aluminium mit einem geringeren CO₂-Fußabdruck zu beziehen (s. Kapitel „Kreislaufwirtschaft“, S. 65).

Produktformeln

Auch unsere Produktformeln sollen umweltfreundlicher werden. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir im Berichtsjahr einen Maßnahmenplan erarbeitet. Er beinhaltet folgende Bestandteile:

- die weitere Umstellung auf pflanzliche Rohstoffe mit geringerem CO₂-Fußabdruck,
- die zunehmende Verwendung von Inhaltsstoffen aus erneuerbarem Kohlenstoff, z. B. biobasierte Materialien, Materialien aus chemischem Recycling sowie Materialien aus Kohlenstoffabscheidung,

- die enge Zusammenarbeit mit unseren Hauptlieferanten, um erneuerbare Energien an deren Produktionsstandorten einzuführen und somit den CO₂-Fußabdruck der Rohstoffe zu verringern und
- die Umstellung weiterer nachwachsender Rohstoffe auf nachhaltigen und entwaldungsfreien Anbau. Dafür gehen wir verschiedene Partnerschaften ein, u. a. mit dem Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) (s. Kapitel „Nachhaltige Landnutzung“, S. 68).

Fremdhersteller und Fremdlagerbetreiber

Ein wichtiger Hebel zur Reduzierung der THG-Bilanz unserer Produkte und Verpackungen ist die Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Energiequellen auch bei unseren Zulieferern. Damit wir dieses Ziel erreichen, führen wir intensive Gespräche mit Lieferbetrieben und Drittherstellern und suchen gemeinsam nach Lösungen, um auch hier eine Umstellung auf erneuerbare Energien zu erreichen. In 2021 haben alle Fremdhersteller und Fremdlagerbetreiber, die in unserer Datenabfrage erfasst sind, Strom aus erneuerbaren Energien bezogen oder ihr Strombezug wurde über entsprechende Energiezertifikate abgedeckt.

Transport

Auch im Bereich Transport lassen sich Emissionen einsparen und vermeiden. Sofern möglich, soll der Transport unserer Güter auf den Schienenverkehr verlagert werden. Dies gilt insbesondere in Europa und Nordamerika, wo sich unsere größten Märkte befinden. Für unsere globalen Seefrachttransporte kaufen wir seit 2021 größtenteils massenbilanzierte Biokraftstoffe aus Abfallströmen über Zertifikate ein. Darüber hinaus setzen unsere Lkw-Transportdienstleister seit April 2021 Biokraftstoffe für den Transport unserer Produkte vom „Hub Nordics“ in die skandinavischen Länder ein. Zudem untersuchen wir Möglichkeiten zur Nutzung weiterer alternativer Kraftstoffe wie den Einsatz von Lkws, die mit Strom oder Wasserstoff betrieben werden. Hierfür arbeiten wir eng mit unseren Logistkdienstleister zusammen.

Um neue Transporttechnologien zu verstehen und erfolgreich zu nutzen, stehen wir im Austausch mit externen Berater*innen und wissenschaftlichen Expert*innen. Ein Beispiel hierfür ist unsere Zusammenarbeit mit EcoTransIT zur Berechnung unserer Transportemissionen. Dieses Wissen geben wir weltweit an unsere Logistkdienstleister weiter.

Neutralisierung verbleibender Emissionen

Neben den Bemühungen zur Reduzierung des THG-Ausstoßes in der Wertschöpfungskette investiert Beiersdorf gezielt in Klimaschutzprojekte. Wir wählen dabei ausschließlich qualitativ hochwertige Projekte aus, die im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen stehen und von international anerkannten Organisationen wie Verra oder dem Gold Standard zertifiziert sind. Wir konzentrieren uns auf Projekte, die Kohlenstoff aus der Atmosphäre speichern - beispielsweise durch Wiederaufforstung, Aufforstung und Bodenmanagement - und gleichzeitig einen zusätzlichen Nutzen für die Biodiversität oder lokale Gemeinschaften erbringen. Mit diesen Projekten gleichen wir die verbleibenden THG-Emissionen ausgewählter Produkte aus.

¹ Der Unternehmensbereich Consumer erwirbt Biogas-Zertifikate. Die Zertifikate weisen nach, dass eine entsprechende Menge Biogas produziert und in das Erdgasnetz eingespeist wurde.

² tesa scribos wurde 2021 verkauft, daher handelt es sich nur noch um sieben Produktionsstandorte.

tesa

Managementsysteme für betrieblichen Umweltschutz

Der Unternehmensbereich tesa nutzt an sieben Standorten² nach ISO 14001 zertifizierte Umweltmanagementsysteme für die kontinuierliche Organisation und Planung des betrieblichen Umweltschutzes. Die Norm ISO 14001 ist ein international anerkannter Ansatz für das Management der unmittelbaren und langfristigen Umweltauswirkungen der Produkte, Dienstleistungen und Prozesse eines Unternehmens.

Im Rahmen der Matrixzertifizierung der ISO 14001-Standorte werden jährlich auch externe Umwelt-Audits durchgeführt. Darüber hinaus wird an ausgewählten ISO 14001-Standorten das Umweltmanagementsystem durch interne Audits der Zentrale überprüft.

Zusätzlich zum Umweltmanagementsystem sind die beiden größten Produktionsstandorte mit den höchsten THG-Emissionen (Hamburg und Offenburg) nach der ISO 50001:2018 zertifiziert. Die beiden Standorte emittieren fast 70% der THG-Emissionen aller ISO 14001-zertifizierten Standorte. Auch die Konzernzentrale ist nach ISO 50001 zertifiziert, da sie der Standort mit der größten Belegschaft ist und über den größten Forschungs- und Entwicklungsbereich verfügt. Die Energiemanagementsysteme bilden die Grundlage, um die Energieeffizienz an den jeweiligen Standorten weiter zu erhöhen.

Über unser internes Planungs- und Berichtswesen erfassen, bewerten und überwachen wir Risiken und Maßnahmen zur Reduktion der THG-Emissionen. Die Wirksamkeit unserer Maßnahmen zur Reduktion dieser Emissionen überprüfen wir über die monatliche Erhebung der standortspezifischen Energieverbräuche. Unsere Scope-1- und Scope-2-Emissionen konnten wir von 2018 bis 2021 absolut um 16% senken. Pro Tonne Endprodukt konnten wir für die spezifischen Emissionen in der gleichen Zeitperiode eine Reduktion von 15,5% erreichen.

Energieeinsparpotenziale erkennen und Effizienz erhöhen

Die Energieverbräuche sind wichtige Steuerungsgrößen, um unsere Umweltauswirkungen zu verringern. Im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses und auf Grundlage des Umweltprogramms sowie der Umwelt-Audits identifizieren wir weitere Energieeinsparmöglichkeiten, optimieren energieintensive Prozesse und senken unseren CO₂-Ausstoß sowie die damit verbundenen Kosten. Die tesa-Unternehmensführung wird jedes Jahr über einen Management-Review in diesen Prozess einbezogen. Die operative Verantwortung liegt bei den Umwelt- und Energieexpert*innen an den jeweiligen Standorten.

Ein weiterer strategischer Ansatzpunkt, um die Energieeffizienz zu erhöhen, ist der Einsatz energie- und ressourcensparender Technologien. Dazu zählen wir auch die effiziente Eigenerzeugung von Energie: An mehreren Produktionsstandorten setzen wir Kraft-Wärme-Kälte-Kopplungs- (KWKK) beziehungsweise Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen (KWK) für die klimafreundliche Eigenstromerzeugung ein. Hierbei wird neben der elektrischen Energie auch die entstehende Wärme genutzt – etwa für Produktionsprozesse oder zum Heizen. Für unsere KWK-Anlage an der Konzernzentrale haben wir im Berichtsjahr erstmals Biogaszertifikate eingekauft. Das Biogas wird in England erzeugt

und ins europäische Gasnetz eingespeist.¹ So können wir weiterhin von den hohen Wirkungsgraden der KWK profitieren und – mit dem Einsatz von Biomethan anstelle von Erdgas – auf erneuerbare, klimafreundliche Energieträger setzen. In Summe konnten wir 2021 über 50% unseres Strombedarfs über energieeffiziente KWK-Anlagen selbst produzieren.

Zudem setzen wir vermehrt auf die Stromproduktion durch Photovoltaik. Im Berichtszeitraum wurde am Produktionsstandort in Suzhou eine Photovoltaik-Anlage mit einer Gesamtkapazität von jährlich 964 MWh in Betrieb genommen. Im Gegenzug zu konventionellem Strom sparen wir mit der Anlage pro Jahr ca. 900 Tonnen CO₂ ein. An unserem Standort in Italien haben wir mit einer Studie über die Installation einer Photovoltaikanlage begonnen.

Kreislaufwirtschaft

Consumer

Die Produkte des Unternehmensbereichs Consumer stehen weltweit für hohe Qualität und effektive Hautpflege. Wir haben den Anspruch, unseren hohen Qualitätsmaßstäben und den gestiegenen Nachhaltigkeits-Anforderungen gerecht zu werden und das Vertrauen unserer Verbraucher*innen in unsere Produkte zu wahren. Dieses Vertrauen umfasst für uns auch die Verantwortung, die Umweltverträglichkeit unserer Produkte stetig zu optimieren und verantwortungsvoll mit Ressourcen umzugehen, um negativen Umweltauswirkungen entgegenzuwirken und die Natur zu schützen.

Für die Integration von Produktnachhaltigkeit in unsere Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ und auf Markenebene ist der Vorstand verantwortlich. Unser Sustainability Council (s. Kapitel „Strategie“, S. 59) steht in regelmäßigem Austausch mit dem Senior Management aus Marketing und Forschung & Entwicklung und berichtet über laufende Projekte sowie den Status der Zielerreichung, zum Beispiel im Bereich der Emissionsreduktion. Wir nutzen zudem die Expertise aus verschiedenen Abteilungen und von externen Stakeholder*innen wie Lieferunternehmen und Instituten, um funktions- bzw. wertschöpfungskettenübergreifende Projekte umzusetzen.

Ganzheitliche Betrachtung von Produkten

Es ist uns wichtig, unsere Produkte ganzheitlich nach ihren ökologischen und sozialen Auswirkungen zu bewerten. Mittels sogenannter Lebenszyklusanalysen (LZA) werden alle Effekte von der Rohstoffbeschaffung bis zur Entsorgung aufgelistet und zusammengefasst. Anhand dieser Analyse wird eine Ökobilanz erstellt, die darstellt, welche Auswirkungen das Produkt auf die Umwelt hat und wo es noch Verbesserungspotenziale gibt. Außerhalb der Nutzungsphase durch die Verbraucher*innen hängt der Umwelteinfluss unserer Produkte vor allem von den eingesetzten Rohstoffen und der Ressourceneffizienz der Verpackungen ab. Daher konzentrieren wir unsere Nachhaltigkeitsbemühungen auf diese Bereiche.

Im Berichtsjahr konnte ein eigenes System entwickelt werden, welches die Berechnung des CO₂-Fußabdrucks eines Produkts bereits in der Phase der Produktentwicklung ermöglicht. Durch diese Transparenz sind wir in der Lage anschließend Formeländerungen vorzunehmen, die einen niedrigeren CO₂-Fußabdruck zur Folge haben.

¹ tesa erwirbt Biogas-Zertifikate. Die Zertifikate weisen nach, dass eine entsprechende Menge Biogas produziert und in das Erdgasnetz eingespeist wurde.

Nachhaltige Verpackungen

Der Verbrauch natürlicher Ressourcen ist über die vergangenen Jahrzehnte weltweit kontinuierlich gestiegen. Negative Umwelteinflüsse sowie die Abfallproduktion nehmen stetig zu und schaden der Umwelt dauerhaft. Um dem entgegenzuwirken, setzt Beiersdorf sich für die Stärkung der Kreislaufwirtschaft ein: Die Kreislauffähigkeit unserer Verpackungen und Inhaltsstoffe ist für uns von zentraler Bedeutung.

Unsere Verpackungen bestehen zu einem großen Teil aus Kunststoff, da dieses Material viele positive Eigenschaften hat - wie beispielsweise ein geringes Gewicht und eine hohe Stabilität bei gleichzeitiger Flexibilität. Leider nehmen die Mengen des erdölbasierten Materials weltweit jedoch zu und werden vielfach nicht recycelt. Aus diesem Grund arbeiten wir intensiv daran, unsere Kunststoffverpackungen nach den vier Nachhaltigkeitsprinzipien „Vermeiden, Reduzieren, Wiederverwenden und Recyceln“ zu optimieren, um unseren Beitrag zu einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft zu leisten.

Damit unsere Maßnahmen messbar sind, haben wir uns im Bereich Verpackungen folgende globale Ziele bis 2025 gesetzt:

- Wir möchten im Vergleich zu 2019 50% weniger erdölbasiertes Neuplastik in unseren Verpackungen einsetzen
- und mindestens 30% Rezyklat, also recyceltes Material, in unsere Kunststoffverpackungen integrieren.
- 100% unserer Verpackungen sollen wiederbefüllbar, wiederverwendbar oder recyclingfähig sein.

In diesem Jahr können wir hinsichtlich unserer Zielerreichung folgende Fortschritte berichten:

- 9% Reduktion von erdölbasiertem Neuplastik in unseren Verpackungen.
- 7% Rezyklat in unseren Kunststoffverpackungen.

Unser drittes Ziel im Bereich Plastikverpackung fokussiert das Ende des Lebenszyklus. Um unsere Fortschritte hinsichtlich der Recyclingfähigkeit messbar zu machen, wurde eine Methodik entwickelt, die im Berichtsjahr eingeführt wurde. Wir beginnen mit der Analyse von Kunststoffflaschen, die das am stärksten verbreitete Verpackungsformat bei Beiersdorf darstellen. Eingeflossen ist hierbei das Gesamtgewicht aller Kunststoffflaschen, für die Daten vorliegen. Ausgenommen sind die Marke Coppertone sowie Flaschen, die durch Auftragsfertigung zugekauft werden.

Basierend auf der Definition der Ellen MacArthur Foundation sind Verpackungen oder Verpackungskomponenten recycelbar, wenn ihre erfolgreiche Post-Consumer-Sammlung, Sortierung und Wiederverwertung nachweislich in der Praxis und im großen Maßstab funktioniert.

Mithilfe einer standardisierten, digitalen Anwendung, die von einer unabhängigen Zertifizierungsstelle veröffentlicht wurde, bewerten wir die Recyclingfähigkeit von einzelnen Verpackungen. Basierend auf diesen individuellen Analysen werden anschließend Hochrechnungen für das Gesamtportfolio vorgenommen.

Im Berichtsjahr waren bereits 81% des gesamten Kunststoffflaschengewichts recycelbar. Bezogen auf unser gesamtes Kunststoffgewicht ergibt sich somit eine Recyclingfähigkeit von 41%.

Im kommenden Jahr möchten wir weitere Verpackungsformate in unsere Analyse einschließen und auch eine weitere Kenngröße in unsere Berichterstattung aufnehmen: Design for Recycling. Damit werden wir ganzheitlich für alle relevanten Kenngrößen berichten: Materialeinsatz, Design, um zukünftig recyclingfähig zu sein, und letztlich die tatsächliche Recyclingfähigkeit in der Praxis.

Neben Kunststoff verwenden wir auch andere Materialien wie Papier, Aluminium oder Glas für unsere Verpackungen. Beim Einsatz dieser Materialien evaluieren wir ebenfalls kontinuierlich nachhaltigere Lösungen und prüfen, wie wir die Prinzipien „Vermeiden, Reduzieren, Wiederverwenden und Recyceln“ auch hier umsetzen können. Im Berichtsjahr haben wir zum Beispiel unsere ersten Aerosoldosen aus 100% recyceltem Aluminium auf den Markt gebracht.

Durch diese Maßnahmen möchten wir das Risiko von negativen Auswirkungen unserer Verpackungen auf die Umwelt reduzieren. In enger Zusammenarbeit mit unseren Lieferbetrieben arbeiten unsere Teams abteilungsübergreifend daran, für unsere Verpackungsmaterialien optimale Lösungen für nachhaltige, sichere und ansprechende Verpackungen zu entwickeln.

Umweltfreundliche Produktformeln

Um die Kreislauffähigkeit unserer Produktformeln zu optimieren, haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt, sowohl hinsichtlich des Verzichts auf Mikroplastik, gemäß der Definition des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP)¹, als auch für den Einsatz von biologisch abbaubaren Polymeren.

Mit Ende des Berichtsjahres 2021 wurde die Produktion aller NIVEA Produkte auf mikroplastikfreie Formeln umgestellt (gemäß UNEP). Damit wurde das gesetzte Ziel erreicht. Für Eucerin möchten wir dieses Ziel bis Ende 2023 für alle kosmetischen Formeln erreichen. Zwischen 2016 und 2021 haben wir den Einsatz von Mikroplastik bei Eucerin bereits um 45% verringert, bezogen auf das Rohstoffvolumen. Am Ende des Berichtsjahres verblieben noch 19 Produkte von Eucerin, die Mikroplastik enthalten. Diese werden aktuell überarbeitet und sollen bis Ende 2023 ebenfalls mikroplastikfrei sein.

Wir streben darüber hinaus an, bis Ende 2025 ausschließlich biologisch abbaubare Polymere in unseren europäischen Produktformeln zu verwenden. Ein Polymer ist ein Molekül, das aus vielen sich wiederholenden Untereinheiten besteht und in Kosmetika häufig verwendet wird. Die biologische Abbaubarkeit bezieht sich auf die Fähigkeit von Molekülen, durch die Einwirkung von Mikroorganismen wie Bakterien oder Pilzen abgebaut zu werden, wodurch eine Verschmutzung der Umwelt vermieden wird. Durch die Verwendung umweltfreundlicher und biologisch abbaubarer Rohstoffalternativen wollen wir die Umweltverträglichkeit der Produkte unseres Portfolios ganzheitlich verbessern.

Durch den schrittweisen Verzicht auf nicht biologisch abbaubare Polymere verfolgen wir das Ziel, schädliche Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren. Wir bewerten alle Rohstoffe im Hinblick auf ihre biologische Abbaubarkeit. Für diese Bewertung wenden wir Anhang XIII der REACH-Verordnung

¹ Das Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) beschreibt in seiner Definition Mikroplastik-Partikel als feste Kunststoffteilchen mit weniger als 5 mm Durchmesser, die nicht biologisch abbaubar sowie nicht wasserlöslich sind.

und die entsprechenden Leitlinien zu den Informationsanforderungen (Kapitel R.11) an, die auch die Kriterien für die Persistenz enthalten. Diese Kriterien beschreiben die Eigenschaften eines Moleküls, innerhalb eines bestimmten Zeitraums nicht biologisch abgebaut zu werden. Der Anhang und die Leitlinien zu den Informationsanforderungen bilden die Grundlage für die Identifizierung von Polymeren, die nicht biologisch abbaubar sind und bis Ende 2025 in unseren europäischen Produktformulierungen vermieden werden sollen. Um dieses Ziel zu erreichen, ersetzen wir nicht nur direkt die Inhaltsstoffe, sondern entwickeln auch völlig neue Polymertechnologien.

Die Verwendung nicht biologisch abbaubarer Polymere konnten wir in unseren europäischen Produktformeln im Vergleich zum Jahr 2016 bereits um 52% senken.

Darüber hinaus setzen wir verstärkt Rohstoffe aus nicht-fossilen, erneuerbaren Materialien ein. Unser Ziel ist es, den Einsatz natürlicher, erneuerbarer Rohstoffe zu erhöhen und gleichzeitig eine nachhaltige Beschaffung sicherzustellen, um negative Umweltauswirkungen durch eine erhöhte Nachfrage nach bestimmten Rohstoffen zu verhindern (s. Kapitel „Nachhaltige Landnutzung“, S. 68).

Partnerschaften zur Erreichung unserer Produktziele

Neben der Dekarbonisierung ist der Transfer zu neuen Kohlenstoffquellen wichtig. Um den Einsatz von fossilem Kohlenstoff als Materialbasis für Rohstoffe und Verpackungen zu vermeiden und zu ersetzen, hat Beiersdorf die Renewable Carbon Initiative (RCI, Initiative für erneuerbaren Kohlenstoff) mitgegründet. Ziel der RCI ist es, den Übergang zu erneuerbarem Kohlenstoff für alle organischen Chemikalien und Materialien zu unterstützen und zu beschleunigen. Erneuerbarer Kohlenstoff umfasst alle Kohlenstoffquellen, die zusätzlichen fossilen Kohlenstoff vermeiden oder ersetzen.

Ein konkretes Beispiel hierfür ist die Zusammenarbeit mit Sabic bei der Entwicklung von recycelbaren Kunststoffriegeln der NIVEA Naturally Good-Gesichtspflegeprodukte. Die Rohstoffbasis für das in den Riegeln eingesetzte ISCC-PLUS-zertifizierte, erneuerbare Polypropylen (PP) ist Tallöl. Dieser Rohstoff fällt in der Forstwirtschaft als Nebenprodukt an und ersetzt in Sabics Kunststoffproduktion Rohöl. Diese erneuerbare Kohlenstoffquelle wird nach dem Prinzip der Massenbilanzierung nahtlos in den Herstellungsprozess integriert. Diese Maßnahme trägt zu unserem Ziel bei, den Einsatz von erdöl-basiertem Kunststoff zu reduzieren.

Um den CO₂-Fußabdruck im Bereich Aluminium zu senken, hat Beiersdorf gemeinsam mit dem auf Verpackungen spezialisierten Schweizer Unternehmen Nussbaum eine Aluminiumdose entwickelt, die zu 100% aus recyceltem Aluminium besteht. Die innovativen Aerosolverpackungen werden komplett aus alten Getränkedosen hergestellt und zeigen damit neue Möglichkeiten im Bereich der Kreislaufwirtschaft.

Um dem Wunsch nach mehr Transparenz in Bezug auf die Umweltauswirkungen von Kosmetikprodukten nachzukommen – und zwar sowohl was die Formeln, die Verpackung als auch die Anwendung angeht – trat Beiersdorf dem Eco Beauty Score Consortium bei. Das Ziel dieser Initiative ist es, ein Bewertungsschema zu entwickeln, das die Umweltauswirkungen eines Kosmetikprodukts transparent macht. Damit wollen wir unseren Konsument*innen unser Engagement nicht nur auf Unternehmensebene näherbringen, sondern auch auf Marken- und Produktebene.

Produktnachhaltigkeit

tesa

Innovative Lösungen für mehr Nachhaltigkeit

Mit innovativen Produktlösungen wollen wir unseren Kund*innen technologischen Fortschritt bieten und zugleich einen aktiven Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten. Dazu wollen wir bei unseren Produkten und Verpackungen vermehrt recycelte und nachwachsende Rohstoffe einsetzen. Unser Verständnis von Produktnachhaltigkeit umfasst neben der Produktentwicklung aber auch die Nutzungsphase bei unseren Kund*innen.

Mit unserem „Project Sustainability Assessment“ haben wir bereits 2020 ein Instrument etabliert, mit dem wir Projekte im Bereich der Produkt- und Technologieentwicklung frühzeitig auf ihren Beitrag zur Nachhaltigkeit bewerten. Entwicklungs- und größere Investitionsprojekte müssen das Assessment durchlaufen. Für die Beurteilung sind quantitative und qualitative Aussagen zu bestimmten Nachhaltigkeitsaspekten zu treffen. Die Struktur orientiert sich an unserer Nachhaltigkeitsagenda und an den Nachhaltigkeitszielen (Sustainable Development Goals) der Vereinten Nationen.

Schon seit dem Jahr 2010 bieten wir unter der Submarke tesa ecoLogo unter anderem Klebrollen, Klebefilme, Packbänder, Klebstifte und Korrekturroller an, die aus überwiegend recycelten oder natürlichen Materialien hergestellt werden. Für das Sortiment von tesa ecoLogo wird bei der Herstellung zudem vollständig auf Lösungsmittel verzichtet und es kommen überwiegend biobasierte Materialien und recycelte Verpackungen zum Einsatz.

Es ist unser Ziel, den Anteil an nachhaltigen Produkten bis 2025 zu steigern. Das bedeutet für uns, dass wir für unsere Produkte vermehrt nachwachsende oder recycelte Rohstoffe einsetzen wollen und zukünftig noch stärker das Produktlebensende berücksichtigen. Die Entwicklung geeigneter Kennzahlen wird uns dabei unterstützen, Fortschritte in diesem Bereich in den kommenden Jahren transparent zu machen.

Den gesamten Lebenszyklus im Blick

Zu den zentralen Ideen der Kreislaufwirtschaft gehören ein reduzierter Einsatz von Material, eine vermehrte Wiederverwendung desselben und in letzter Instanz das Recycling. Wenn das Produkt oder einzelne Bestandteile recycelt oder weiterverwendet werden können, lassen sich damit an anderer Stelle wieder Ressourcen einsparen. Um dies zu erreichen, denken wir das Produktlebensende bereits in den frühen Entwicklungsstadien mit und investieren in weitere Forschung zu diesem Thema. Ein Fokus hierbei sind wieder lösbare Klebeverbindungen.

Derzeit setzen wir vor allem darauf, zu verstehen, welchen CO₂-Fußabdruck unsere jeweiligen Produkte hinterlassen. Dafür haben wir im Berichtszeitraum vielen unserer meistverwendeten Rohstoffe Emissionsfaktoren zugeordnet und den geschätzten CO₂-Fußabdruck von rund 25 Produkten ermittelt. Wir stehen dazu auch mit unseren Zulieferbetrieben im Austausch, um durch Primärdaten die Genauigkeit unserer Berechnungen zu verbessern.

Die Ergebnisse unserer Analysen nutzen wir, um relevante Emissionsquellen entlang der Wertschöpfungskette zu identifizieren und unsere Emissionen gezielt durch geeignete Maßnahmen reduzieren zu können. Zusätzlich arbeiten wir an der weiteren Standardisierung unserer Methodik und an weiter-

gehenden Lebenszyklusanalysen, die zusätzliche Umweltauswirkungen wie Versauerung oder Eutrophierung mit einbeziehen sollen. Zudem wollen wir den Einsatz von Lösemitteln in der Produktion weiter reduzieren.

Unser Verständnis von Produktnachhaltigkeit geht aber noch darüber hinaus. Ob in der Industrie, der Elektronikbranche oder der Wind- und Solarenergie: ausgewählte Produkte können unseren Kund*innen beim effizienten Wirtschaften unterstützen und nachhaltige Technologien vorantreiben. So können unsere Klebelösungen helfen, Ressourcen und Energie einzusparen, oder sie ermöglichen es, dass Produkte repariert oder wiederverwertet werden. Auf diese Weise können unsere Kund*innen potenziell ihr Abfallaufkommen reduzieren und THG-Emissionen sparen.

Nachhaltige Papierprodukte

Da wir für unsere Produkte und deren Verpackungen große Mengen an Papier verwenden, achten wir auch hier auf Nachhaltigkeit und beziehen verstärkt FSC-zertifiziertes Papier. In diesem Bereich hat uns vor allem die erfolgreiche Forest Stewardship Council (FSC) -Zertifizierung der tesa SE seit 2019 Auftrieb gegeben. In diesem Zusammenhang haben wir im Berichtsjahr zudem die beiden ersten Produkte mit einer eigenen FSC-Zertifizierung auf den Markt gebracht. Auch unsere Produktionswerke in Offenburg, Suzhou, Concagno und Hamburg sind nach FSC zertifiziert. Für die Zukunft streben wir weitere Standort-Zertifizierungen an und wollen vermehrt FSC-zertifizierte Produkte entwickeln.

Nachhaltige Verpackungen

Wir wollen Verpackungen über das Maß üblicher Optimierungen hinaus nachhaltig gestalten. Dafür haben wir im Jahr 2021 ein Projektteam ins Leben gerufen. Dieses stellt den aktuellen Status Quo unserer Verpackungen fest und analysiert davon ausgehend Verbesserungsmöglichkeiten. Das größte Optimierungspotenzial zeigt sich derzeit bei Papier und Plastik. Folglich lauten unsere Ziele: Bei faserbasierten Rohstoffen wie Papier und Kartonage setzen wir vornehmlich auf FSC-Qualität und wollen bis 2025 eine 80%-Quote erreichen. Im Bereich der Plastics wollen wir bis 2025 mindestens 30% recycelte Materialien einsetzen.

Nachhaltige Landnutzung

Consumer

Nachhaltiger Anbau von Rohstoffen

Natürliche Ressourcen sind eine wichtige Basis für die Entwicklung unserer Produktformeln. Weder durch die Beschaffung noch durch die Verwendung dieser Rohstoffe wollen wir die Umwelt belasten oder schädigen. Unser Ziel ist daher, unsere wichtigsten erneuerbaren Rohstoffe bis 2025 aus nachhaltigen Quellen zu beziehen. Unsere Hauptrohstoffe wie Palm(kern)öl-Derivate, Soja, Talg und Papier sollen bis 2025 entwaldungsfrei beschafft werden. Aus diesem Grund ist das Thema „Nachhaltige Landnutzung“ als Fokusbereich ein fester Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsagenda. Für Palm-basierte Rohstoffe und Papier-basierte Verpackungen haben wir bereits seit vielen Jahren robuste Nachhaltigkeitsprogramme initiiert. Ähnliche Programme für Soja und Talg sind derzeit im Aufbau.

Innerhalb von Beiersdorf kooperieren wir mit Kolleg*innen aus verschiedenen Fachabteilungen wie Einkauf, Forschung & Entwicklung (F&E) und Supply Chain, um unsere Programme für nachhaltig zertifizierte Rohstoffe und Verpackungen weltweit umzusetzen. Zudem wird das Sustainability Council regelmäßig über Fortschritte informiert und in Strategieworkshops mit einbezogen. Sein Input ist wichtig, um unsere Programme kontinuierlich weiterzuentwickeln und die Erreichung unserer Ziele zu überprüfen.

Palm(kern)öl-Derivate

Palm(kern)öl-Derivate sind ein wichtiger Rohstoff für unsere Kosmetik- und Körperpflegeprodukte. Aus mineralischen und pflanzlichen Ölen wie Palm(kern)öl und entsprechenden Derivaten werden essenzielle Inhaltsstoffe wie Emulgatoren und Tenside gewonnen. Für die Produktion bezieht Beiersdorf das Öl nicht direkt, sondern setzt dessen Derivate ein, also weiterverarbeitete Stoffe auf der Basis von Palm(kern)öl. Unser Gesamtbedarf lag 2021 bei rund 30.000 Tonnen.

Palm(kern)öl ist ein nachwachsender Rohstoff mit hoher Effizienz: Die Ölpalme hat im Vergleich zu anderen Pflanzen wie Kokos, Raps oder Sonnenblume einen fast fünfmal so hohen Flächenertrag¹, was den Anbau von Palmöl attraktiv macht und zur Rodung von Regenwäldern führt. Unser Anliegen ist es, die Entwaldung von Regenwäldern weltweit zu vermeiden.

Durch Zertifizierung, Transparenz und Transformation wollen wir die ökologischen und sozialen Risiken entlang der Lieferkette von Palm(kern)öl-basierten Rohstoffen identifizieren und minimieren. Mit unserer „Palm Sustainability Roadmap“ und „Sustainable Palm Policy“ setzen wir uns bei unseren Aktivitäten weltweit für eine nachhaltige Rohstoffbeschaffung ein und möchten beispielsweise die Arbeitsbedingungen der im Anbau tätigen Personen vor Ort verbessern. Um unsere Ziele zu erreichen, verfolgen wir verschiedene Ansätze:

Nachhaltige Zertifizierung

Unser Ziel, bis Ende 2020 100% nachhaltig zertifiziertes Palm(kern)öl und dessen Derivate zu verwenden, haben wir erreicht.² Damit setzen wir nur noch Rohstoffe aus nachhaltigen Quellen nach dem Mass-Balance-Modell des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) in unseren Produkten ein.

Gemäß dem Mass-Balance-Modell können Produkte zertifiziert werden, in denen sowohl RSPO-zertifiziertes als auch nicht-zertifiziertes Palmöl enthalten ist. Dabei muss gewährleistet werden, dass die verarbeitete Menge des RSPO-zertifizierten Palmöls der eingekauften Menge zertifizierten Palmöls entspricht. Diese Option ist insbesondere für die Nutzung von Palm(kern)öl-basierten Derivaten relevant, da die Derivate-Herstellung extrem aufwendig und höchst komplex ist und es keine Infrastruktur für eine RSPO Segregated Lieferkette gibt.

Bis 2025 ist es unser Ziel unsere Palm(kern)öl-Derivate entwaldungsfrei zu beschaffen.

Transparenz in der Lieferkette

Im Gegensatz zur Lieferkette von reinem Palm(kern)öl ist die Lieferkette von Derivaten sehr komplex und umfasst eine Vielzahl verschiedener Parteien. Wir beziehen Palm(kern)öl-basierte Rohstoffe von Zulieferbetrieben und haben daher nur einen begrenzten Einfluss auf die vorgelagerte Lieferkette.

¹ FONAP <https://www.forumpalmoel.org/home>.

² Inklusive LA PRAIRIE und STOP THE WATER WHILE USING ME!

Um die Herkunft unserer Rohstoffe jedoch bis auf die Ebene von Raffinerien, Mühlen und Plantagen zurückverfolgen zu können, sind wir seit 2019 Gründungsmitglied der branchenübergreifenden Initiative „Action for Sustainable Derivatives“ (ASD). Sie hat sich zum Ziel gesetzt, die Transparenz und Nachhaltigkeit der Lieferketten für Derivate zu erhöhen. Dafür kontaktiert die Initiative unsere direkten Lieferbetriebe und fragt u. a. Informationen zu ihrer vorgelagerten Lieferkette und Palmöl-Volumina ab. So arbeitet sich ASD durch die gesamte Palmöl-Lieferkette vor und schafft mehr Transparenz. Ziel der jährlichen Rückverfolgung unserer Rohstoffe ist es, die Transparenz in unserer Palm(kern)öl-Lieferkette zu steigern, „Hot Spots“ zu identifizieren und gezielt Projekte vor Ort zu unterstützen.

Nachhaltige Transformation in den Anbaugebieten

Wir engagieren uns direkt in den Palmöl-Anbaugebieten, um die lokalen Arbeits- und Lebensbedingungen von Kleinbäuer*innen langfristig zu verbessern sowie die Umwelt zu schützen. Unser Ziel ist es, die kleinbäuerlichen Betriebe davon zu überzeugen, dass der Umstieg auf eine nachhaltige Bewirtschaftung von Ölpalmen ohne weitere Entwaldung ihre Lebens- und Einkommenssituation erleichtert und zum Positiven verändert.

Seit Mitte 2018 arbeiten wir mit dem World Wide Fund for Nature (WWF) an einem Projekt mit kleinbäuerlichen Betrieben in West-Kalimantan, Indonesien. Wir unterstützen insgesamt drei Dörfer mit einer Bevölkerung von rund 4.500 Einwohner*innen, inklusive 240 Kleinbäuer*innen. Im Berichtsjahr 2021 gelang es uns, die Kleinbäuer*innen in eine Kooperative zusammenzubringen und die Landnutzungsrechte ihrer Plantagen zu legalisieren. Zudem hat der WWF zahlreiche Trainings zum Thema nachhaltiger Palmöl- und Kautschukanbau durchgeführt und den kleinbäuerlichen Betrieben Zugang zu Ölpalm-Setzlingen gegeben. Das hat den Kleinbäuer*innen geholfen ihre Einkommensquellen zu diversifizieren, wovon auch die Einwohner*innen der drei Projektdörfer profitieren.

Im Jahr 2020 haben wir ebenfalls mit dem WWF und dem Spezialchemie-Unternehmen Evonik, welches uns beliefert, ein Landschaftsprojekt in Sabah, Malaysia initiiert. Ziel des Projekts ist es, die Produktion von Palmöl nachhaltiger zu gestalten und die Entwaldung zu stoppen. Bis zum Jahr 2025 sollen kleine und mittelgroße landwirtschaftliche Betriebe im Palmölanbau auf einer Fläche von insgesamt 20.000 Hektar Land nach dem RSPO-Standard zertifiziert werden.

Außerdem haben wir ein Projekt des Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP) in Perak, Malaysia, unterstützt. Diese Projekte sind wichtige Bausteine für die Weiterentwicklung unserer „Palm Sustainability Roadmap“.

Shea

Auch Sheabutter ist ein wichtiger Bestandteil in vielen unserer Produkte. Beiersdorf ist daher seit 2019 Mitglied der Global Shea Alliance (GSA). In Zusammenarbeit mit der GSA und unseren Shea-Zulieferbetrieben unterstützen wir Shea-Sammlerinnen in den teils sehr armen ländlichen Regionen des sogenannten Shea Belts – dem Hauptanbaugebiet in Afrika. Wir fördern beispielsweise Shea-Sammlerinnen in Ghana und Burkina Faso und schulen sie über einen Zeitraum von fünf Jahren in den Bereichen Gesundheit, Arbeitssicherheit, Produktqualität und wirtschaftliches Know-how. Zudem lernen die Shea-Sammlerinnen im Rahmen des „Projekts für saubere Kochherde“, wie man Kochherde aus lokalen Materialien wie Termitensand herstellt. Darüber hinaus wollen wir bis 2024 10.000 Sheabäume vor Ort pflanzen. Auf diese

Weise leisten wir einen Beitrag zum Kampf gegen den Klimawandel, denn die Bäume binden CO₂ und können der Ausbreitung der Wüste entgegenwirken.

Papier

Für viele unserer Produktverpackungen setzen wir Papier oder Pappe ein. Auch diese natürliche Ressource möchten wir nachhaltig beschaffen. Dafür haben wir eine „Sustainable Paper and Cardboard Policy“ aufgesetzt mit dem Ziel, bis Ende 2020 weltweit 100% recycelte oder nachhaltig zertifizierte Papier- und Pappmaterialien einzusetzen, die dem FSC-Standard entsprechen.

100% unserer Faltschachteln, die wir beispielsweise als Umverpackung von Gesichtscremes einsetzen, werden bereits aus FSC-zertifiziertem Material bezogen. Für weitere Papierverpackungen, wie Versandkartons und andere Verkaufsmaterialien, konnten wir das Ziel bis Ende 2020 nicht in allen Regionen erreichen. Wir arbeiten daher intensiv daran, weitere papierbasierte Materialien auf FSC-zertifiziertes oder recyceltes Papier umzustellen.

Ressourceneffizienz

tesa

Wir legen großen Wert auf einen effizienten Umgang mit Ressourcen. Wir wollen eine Kreislaufwirtschaft fördern und Materialien einsetzen, die am Ende ihrer Lebensdauer im Kreislauf verbleiben oder anderweitig wiederverwertet werden können. In der Produktion von Waren lassen sich Abfälle bislang nicht vollkommen vermeiden. Unser Anspruch ist jedoch, sie wirksam zu reduzieren und damit natürliche Ressourcen zu schonen. Wir arbeiten daher kontinuierlich daran, bei allen Beteiligten ein Bewusstsein für die Vermeidung von unnötigen Abfällen und für fachgerechtes Recycling zu schaffen.

Maßnahmen zum Ressourcenschutz sind fester Bestandteil unseres betrieblichen Umweltschutzes. Neben den gesetzlichen Vorschriften entwickeln wir unsere Umweltmanagementsysteme kontinuierlich weiter und tauschen uns zu diesem Zweck auch mit externen Expert*innen aus.

Vermeidung und Wiederverwertung

Beim Management unserer Abfall- und Rohstoffe orientieren wir uns an der Abfallpyramide: Oberste Priorität hat die Abfallvermeidung und -reduktion, gefolgt von verschiedenen Möglichkeiten der Wiederverwertung. Nur wenn es nicht vermeidbar ist, werden Abfälle der Beseitigung zugeführt. Unsere Werke verfolgen das strategische Ziel bis 2025 keine Abfälle mehr über Depo-nien zu entsorgen („zero waste to landfill“). Für über 70% unserer Werke haben wir diesen Status schon erreicht.

Um Materialien effizient zu nutzen und möglichst wiederzuverwerten, arbeiten unsere Werke kontinuierlich daran, produktionsbedingte Rohstoffverluste zu minimieren. Das gilt ebenso für die Klebmassenherstellung wie das Beschichten und Schneiden.

Durch laufende Verbesserungen des Maschinenparks und der Fertigungsprozesse reduzieren wir darüber hinaus unsere Abfallmengen. Im Berichtszeitraum konnten wir beispielsweise in der Masseherstellung die Anlieferung der Rohstoffe optimieren und dadurch jährlich 12 Tonnen Material einsparen.

Die Abfallmengen, die während des Produktionsprozesses entstehen, werden je nach Standort in verschiedenen Abfallfraktionen getrennt gesammelt und möglichst der stofflichen Verwertung zugeführt. Die Abfälle werden unter den Kategorien ungefährliche bzw. gefährliche Abfälle sowie Abfälle zur Beseitigung und zur Verwertung zusammengefasst und in unserem jährlichen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Ungefährliche Abfälle und gefährliche, lösemittelhaltige Abfälle werden von tesa nahezu vollständig verwertet.

Hohe Recyclingquote bei Verpackungen

Auch die Reduktion von Verpackungsmaterial trägt dazu bei, Abfall und somit negative Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren. Im Industriebereich wollen wir die Menge an Verpackungsmaterial so weit wie möglich verringern und auf alle nicht unbedingt notwendigen Verpackungen verzichten – ohne dabei die Qualität, Leistung oder den Schutz unserer Produkte zu beeinträchtigen.

Bei den verwendeten Verpackungen legen wir Wert auf eine möglichst hohe Recyclingfähigkeit der Packstoffe. Zum Beispiel setzen wir vorrangig auf Kartonagen und Mehrwegpaletten und verwenden möglichst sortenreinen Kunststoff.

Hinsichtlich nachhaltiger Verpackungen haben wir im Jahr 2021 im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsagenda an neuen Zielen gearbeitet. Zukünftig wollen wir noch weniger Rohstoffe für unsere Verpackungen einsetzen und vermehrt alternative und/oder recycelte Rohstoffe verwenden. Die Entwicklung von spezifischen Kennzahlen wird uns dabei unterstützen, die Fortschritte in diesem Bereich im Folgejahr transparent zu machen.

Aktive Einbindung der Mitarbeitenden

Um weitere abfallsparende Maßnahmen zu entwickeln, nutzen wir das Know-how unserer Mitarbeitenden. Deshalb haben wir 2021 die erfolgreiche Kampagne „Einfälle statt Abfälle“ im tesa-Werk Offenburg fortgeführt. Dahinter steht ein langfristiges Projekt, mit dem wir den Energie- und Ressourceneinsatz kontinuierlich reduzieren wollen. Beteiligt sind Mitarbeitende aus Produktion, Prozessentwicklung und Technik.

Ein Baustein des Projekts sind regelmäßige abteilungsinterne und -übergreifende Projektbesprechungen. Sie dienen dazu, die konkrete Umsetzung von Verbesserungspotenzialen abzustimmen und Best-Practice-Lösungen auszutauschen. Das Projekt umfasst außerdem Kommunikationsmaßnahmen, die bei den Mitarbeitenden ein Bewusstsein für das Thema schaffen sollen. Insgesamt konnten 2021 28 Projekte zur Ressourceneffizienz umgesetzt werden. Diese Projekte führten zu Einsparungen von bislang 277.000 €.

Wasser

Wasser ist die Grundlage allen Lebens. Die Wasserressourcen der Erde sind jedoch ungleichmäßig verteilt und durch verschiedene Einflüsse bedroht – etwa durch den Klimawandel, die steigende Bevölkerungszahl, Verschmutzung und Übernutzung. Manche Regionen sind besonders stark von Wasserknappheit betroffen. Zugleich werden die weltweiten Ressourcen an sauberem Trinkwasser insgesamt knapper. Vor diesem Hintergrund ist uns ein verantwortungsvoller Umgang mit Wasser besonders wichtig. Wir bemühen uns, in allen Unternehmensbereichen und Prozessen sowie entlang unserer Lieferketten darauf zu achten, den Wasserverbrauch so gering wie möglich zu halten und unser Abwasseraufkommen zu minimieren.

Wasserrisiken managen

Das World Resources Institute (WRI) stellt mit dem „Aqueduct Water Risk Atlas“ ein Datentool zur Verfügung, mit dem wir jährlich eine Risikoanalyse für alle Produktionsstandorte des Unternehmensbereichs Consumer und für die Produktionsstandorte und die Hauptzentrale des Unternehmensbereichs tesa durchführen. Dabei werden verschiedene Aspekte berücksichtigt, wie z. B. Wasservorkommen, Wasserqualität und der Umgang mit Abwasser. Zudem identifizieren wir Standorte, die ein erhöhtes Risiko für Wasserknappheit oder Wasserstress aufweisen.

In Zukunft wollen wir noch schonender mit Wasserressourcen umgehen und ihr umfassendes Management weiter vorantreiben. Dafür sind wir in Gesprächen mit dem WWF, um unsere Risikoanalysen durch deren Datentool „Water Risk Filter“ zu erweitern.

Im Rahmen des „Water Security Programs“ von CDP legen die Unternehmensbereiche Consumer und tesa jährlich Informationen zu unserem Wassermanagement offen. Der Unternehmensbereich Consumer erhielt für die Angaben im „Water Security“-Fragebogen im Berichtsjahr eine „B“-Bewertung, der Unternehmensbereich tesa eine „C“-Bewertung. Wir möchten im kommenden Jahr verstärkt daran arbeiten, diese Bewertung weiter zu verbessern.

Consumer

Im Unternehmensbereich Consumer wird Wasser auf vielfältige Weise genutzt: Es ist für die Herstellung unserer Produkte nötig und ist wesentlicher Bestandteil unserer Produktformeln. Außerdem wird es von unseren Verbraucher*innen bei der Nutzung unserer Produkte verwendet. Wir haben uns daher zum Ziel gesetzt, verantwortungsbewusst mit der kostbaren Ressource umzugehen und eine nachhaltige Wassernutzung gezielt und konsequent zu fördern.

Deshalb arbeiten wir zum Beispiel daran, den Wasserverbrauch in der Produktion zu minimieren. Bis 2025 wollen wir den Wasserverbrauch pro hergestelltem Produkt um 25 % senken (Basisjahr 2018). 2021 ist der Wasserverbrauch pro hergestelltem Produkt gegenüber dem Basisjahr um 9 % gestiegen. Gegenüber dem Vorjahr stellt dies eine Reduktion um 3 % dar.

Nachhaltiges Wassermanagement im Fokus

Die Bedeutung eines nachhaltigen Wassermanagements fließt auch in die Planungen zur Erweiterung unserer Produktionsstandorte mit ein: Mit unserer globalen Initiative „Sustainability in Manufacturing“ arbeiten wir intensiv daran, innovative Ideen in unsere Produktionsprozesse zu integrieren. Dabei geht es sowohl um die Reduzierung der Wasserverluste und die Ermittlung von Wasserverbräuchen in relevanten Produktionsanlagen als auch um neue Methoden der Aufbereitung von Abwasser, um dieses in den Produktionsprozessen erneut einsetzen zu können.

Besonders für verbrauchsintensive Reinigungsprozesse setzen wir auf Anlagen, die dem Stand der Technik entsprechen, sowie zusätzlich auf innovative Technologien. Entstehende Abwässer werden mit effizienten technischen Verfahren gereinigt und anschließend beispielsweise zur Kühlung, zur Bewässerung oder für sanitäre Zwecke eingesetzt. Diese Maßnahmen werden oftmals im Rahmen der LEED-Zertifizierungen (s. Kapitel „Klimaschutz“, S. 61) unserer Produktionsstandorte umgesetzt. Auch scheinbar kleine Verbesserungen wie Modernisierungen im Bereich von Sanitäranlagen oder gezielte

Verbrauchsmessungen im Produktionsbereich tragen zum nachhaltigen Wassermanagement bei.

Um unser Wassermanagement kontinuierlich zu verbessern, stehen wir außerdem im Dialog mit Wasserzulieferbetrieben, lokalen Behörden sowie benachbarten Unternehmen. Zudem überprüfen wir unsere Produktionsstandorte regelmäßig auf Optimierungspotenziale, um Verbräuche zu verringern und für die Reinigung von Abwasser zu sorgen.

tesa

Richtlinien und Präventivmaßnahmen

Im Berichtsjahr haben wir unsere Umweltrichtlinien im Bereich Wasser weiter geschärft. Wir setzen uns für eine effiziente Wassernutzung ein, achten auf die Schonung von Wasserressourcen und auf eine angemessene Abwasser- aufbereitung. An unseren Produktionsstandorten erheben wir jährlich Daten, etwa zum Wasserverbrauch und den Abwassermengen. Wir entnehmen Wasser überwiegend aus der öffentlichen Trinkwasserversorgung und aus dem Grundwasser. In unseren Kühlkreisläufen wird Wasser mehrfach wiederverwendet. Der Großteil des verwendeten Wassers wird als Abwasser in die Kanalisation oder als Oberflächenwasser eingeleitet.

Wir möchten Risiken für Wasserquellen, die sich aus unserer Produktion ergeben, so gut wie möglich reduzieren. Deshalb ergreifen wir Präventivmaßnahmen gegen denkbare Unfälle. Zum Beispiel dürfen wassergefährdende Flüssigkeiten nur auf Flächen ab- und umgefüllt oder gelagert werden, die mit geeigneten Auffangvorrichtungen versehen sind. Geräte zur Messung der Trübung und der Lösemittelkonzentration sollen sicherstellen, dass kein verschmutztes Oberflächenwasser in das Sielsystem eingeleitet wird. Sollten wassergefährdende Stoffe in relevanter Menge austreten, greifen Notfallpläne, die das genaue Vorgehen bestimmen. All diese Maßnahmen werden regelmäßig in unseren externen ISO-14001-Audits überprüft und sind Voraussetzung für ein erfolgreiches Auditergebnis.

Arbeitnehmerbelange

Unsere Mitarbeitenden tragen maßgeblich zur nachhaltigen Unternehmensentwicklung bei. Durch ihr Fachwissen, ihre Fähigkeiten und ihr Engagement sichern wir unsere Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft. Unser Ziel ist es, ein attraktives Arbeitsfeld zu schaffen, das die Leistungsfähigkeit der Einzelnen erkennt und die Potenziale einer vielfältigen Belegschaft aktiv fördert.

Consumer

Aus- und Weiterbildung

Die Veränderungen unserer Arbeitswelt erfordern eine agile und dynamische Arbeitsweise und damit ein hohes Maß an Lernbereitschaft. Umso wichtiger ist es, die persönlichen Stärken unserer Mitarbeitenden zu fördern und in ihre langfristige Entwicklung zu investieren. Dafür bieten wir umfassende Qualifizierungs- und Entwicklungsmöglichkeiten, die zugleich ein lebenslanges Lernen unterstützen.

Nähere Informationen zum wesentlichen Thema Aus- und Weiterbildung sowie Wissen und Lernen finden sich im zusammengefassten Lagebericht im Kapitel „Menschen bei Beiersdorf“ ab Seite 49.

Arbeitgeberattraktivität

Wir wollen Wunscharbeitgeber Nummer eins für unsere Mitarbeitenden sein und ihnen ein sicheres, attraktives und integratives Arbeitsumfeld bieten, in dem sich alle zugehörig fühlen und die gleichen Chancen auf Erfolg und Leistung haben. Dazu gehören für uns im Sinne von Partizipation und Teilhabe ein offener Dialog über alle Ebenen hinweg, das Erreichen gemeinsam gesteckter Ziele und eine verantwortungsvolle Führungskultur. Da uns die emotionale Bindung unserer Mitarbeitenden besonders am Herzen liegt, überprüfen wir dieses Kriterium regelmäßig über globale Mitarbeitendenbefragungen.

Nähere Informationen zu den Ergebnissen unserer Engagement-Umfrage sowie zum Thema Beschäftigung generell finden sich im zusammengefassten Lagebericht im Kapitel „Menschen bei Beiersdorf“ ab Seite 49.

Diversität und Inklusion

Wir sind davon überzeugt, dass Vielfalt in der Belegschaft unsere Teamarbeit enorm bereichert. Denn unterschiedliche Perspektiven stärken nicht nur unsere Innovationskraft, sie fördern auch unsere Wettbewerbsfähigkeit, machen uns kreativer und lassen uns die Bedürfnisse unserer Konsument*innen besser verstehen. Diversity & Inclusion wird daher nicht nur gezielt gefördert, sie ist auch zentraler Teil unserer Unternehmensstrategie.

Die neue „D&I Strategy Roadmap“ unterstützt uns dabei, eine Kultur zu schaffen, die auf Vielfalt und Inklusion beruht. Sie umfasst drei strategische Prioritäten, die im zusammengefassten Lagebericht im Kapitel „Menschen bei Beiersdorf“ ab Seite 49 näher vorgestellt werden. Ebenso finden Sie in diesem Kapitel die dazugehörigen Kennzahlen, etwa den Anteil an Frauen in Führungspositionen sowie die interne Besetzung von Managementpositionen.

tesa

Personalentwicklung

Der Wettbewerb um Arbeitskräfte aus dem naturwissenschaftlichen und technischen Bereich nimmt innerhalb unserer Branche stetig zu. Die voranschreitende Digitalisierung und Internationalisierung verändern zudem die Arbeitsanforderungen und -methoden. Mit umfassenden Aus- und Weiterbildungsprogrammen stellen wir uns auf diese Herausforderungen ein. Denn hochqualifizierte, engagierte und leistungsorientierte Mitarbeitende sind für uns ein entscheidender Wettbewerbsvorteil. Darüber hinaus steigern vielfältige Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten unsere Attraktivität als Arbeitgeber und tragen dazu bei, dass Potenzialträger*innen gern auch langfristig bei uns arbeiten.

Um auf die Herausforderungen des Arbeitsmarkts und des Wettbewerbsumfelds zu reagieren, haben wir eine tesa-spezifische Ausbildung entwickelt. Sie hilft jungen Menschen, einen Einstieg ins Arbeitsleben zu finden. Außerdem bietet sie uns die Chance, Mitarbeitende gezielt in den Bereichen auszubilden, die für unser Geschäft relevant sind. Zum Beispiel vermitteln wir unseren Auszubildenden von Anfang an unser Qualitäts- und Serviceverständnis sowie die Schlüsselkompetenzen, die bei tesa von Bedeutung sind.

Für einen langfristigen Erfolg müssen wir auch unseren Mitarbeitenden attraktive Entwicklungsmöglichkeiten bieten – und zwar fachlich wie persönlich, auf allen Ebenen und in allen Bereichen. Um das Potenzial unserer Mitarbeitenden zu identifizieren und voll auszuschöpfen, haben wir zielgruppen- und kompetenzorientierte Weiterbildungsprogramme etabliert. Sie beinhalten Basisqualifizierungen für neue Mitarbeitende sowie spezielle Formate, die auf die Anforderungen einzelner Bereiche zugeschnitten sind. Neben Präsenzschulungen und -trainings bietet tesa seinen Mitarbeitenden ein breites Angebot an Online-Weiterbildungen an, zum Beispiel aus Bereichen wie Compliance, Arbeitssicherheit, Vertrieb oder Management & Führung. Dieses Angebot haben wir in den letzten Jahren deutlich ausgebaut, um unseren Mitarbeitenden, die aufgrund der COVID-19-Pandemie verstärkt aus dem Homeoffice gearbeitet haben, dennoch vielfältige Weiterbildungsmöglichkeiten zu bieten.

Ausbildung

Im tesa-Konzern wird eine eigenständige Ausbildung an den Produktionsstätten in Hamburg-Hausbruch sowie in Offenburg angeboten. Im technischen Bereich können Auszubildende aus fünf verschiedenen Ausbildungsberufen wählen: Chemikant*in, Elektroniker*in für Betriebstechnik, Industriemechaniker*in, Maschinen- und Anlagenführer*in sowie Mechatroniker*in. Daneben bieten wir die dualen Studiengänge Sicherheitswesen sowie Kunststoff- und Elastomertechnik an.

Ende 2021 beschäftigte das tesa-Werk Hamburg-Hausbruch 36 Auszubildende und einen dualen Studierenden. Die Maschinen- und Anlagenführer*innen bildeten mit 13 Auszubildenden die größte Gruppe. Das tesa-Werk Offenburg beschäftigte 35 Auszubildende, 8 davon absolvierten ein duales Studium.

Die Übernahmequoten zeigen, dass wir unsere Auszubildenden langfristig übernehmen wollen: In Hamburg-Hausbruch wurden 2021 66% der auslernenden Auszubildenden übernommen, in Offenburg lag die Übernahmequote bei 75% und damit sogar 25 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert.

Aufgrund der demografischen Entwicklungen und des daraus resultierenden zunehmenden Wettbewerbs um Nachwuchskräfte insbesondere im technisch-naturwissenschaftlichen Bereich stellt die Rekrutierung neuer Auszubildender und dualer Studierender zunehmend eine Herausforderung dar. Aus diesem Grund tritt das tesa-Werk Offenburg unter anderem im Regionalwettbewerb Südbaden von „Jugend forscht“ als Sponsor auf.

Weiterbildungsprogramme und offenes Kursprogramm

Vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie haben wir im Jahr 2021 unser Weiterbildungsprogramm weitestgehend und bereichsübergreifend digitalisiert. Dadurch können die Kurse weltweit ortsunabhängig wahrgenommen werden. Präsenztrainings haben nur vereinzelt und unter besonderen Hygienevorschriften in einzelnen Regionen, wie z. B. China, stattgefunden. Insgesamt

wurden 284 Trainings- und Qualifizierungsmaßnahmen (Virtual Classroom Training und Face-to-Face-Training) durchgeführt mit einer Gesamtanzahl von 4.015 Teilnehmenden. Die Angebote werden von Mitarbeitenden auf allen Kontinenten genutzt.

Erstmals wurde im Berichtsjahr auch das Qualifizierungsprogramm für neue Führungskräfte digital angeboten. Insgesamt fanden im Jahr 2021 drei internationale Durchläufe mit durchschnittlich 14 Teilnehmenden statt. Darüber hinaus wurde auch für Führungskräfte des mittleren Managements ein digitales Qualifizierungsprogramm entwickelt und im November 2021 mit dem ersten Modul pilotiert.

Ab dem Beginn von Q3 vermehrte sich die Nachfrage nach Präsenztrainings, die unter Einhaltung der Abstandsregeln und Hygienemaßnahmen in begrenztem Maße stattfinden konnten. So kamen bis Jahresende insgesamt zwei Präsenztrainings mit einer Gesamtzahl von 12 Teilnehmenden zustande.

Digitale Lernangebote

Unsere Qualifizierungsangebote werden durch die Integrierung der digitalen Lernplattform LinkedIn Learning ergänzt. Mit 1.562 aktivierten Lizenzen weltweit und einer durchschnittlichen Lerndauer zwischen 30 und 60 Minuten pro Woche pro tesa Mitarbeiter*in (Zeitraum Januar bis Dezember 2021) ist die Plattform mit ihren „Learning Journeys“ inzwischen gut etabliert und wird regelmäßig genutzt.

Auch unser bestehendes E-Learning-Angebot haben wir 2021 weiter ausgebaut und u. a. durch ein neues Sustainability E-Learning ergänzt. Insgesamt wurden im Jahr 2021 weltweit 3.858 Teilnahmen an E-Learnings bei tesa registriert.

Seit der Einführung des Lern-Management-Systems (LMS) „Learning Hub“ im Jahr 2018 wird das Tool als Informations- und Anmeldeplattform für alle Weiterbildungsangebote bei tesa genutzt. Gleichzeitig dient die Plattform dazu, die Trainingsadministration und -organisation im Bereich der Präsenzschulungen, der E-Learning-Programme sowie des Blended Learnings länderübergreifend zu automatisieren und zu vereinheitlichen. Aktuell beschäftigen wir uns mit der Tiefenintegration von LinkedIn Learning in den Learning Hub, um den Nutzenden den Zugang zu LinkedIn-Learning-Angeboten weiter zu vereinfachen.

Diversität und Chancengleichheit

Eine vielfältige Belegschaft ist für uns nicht nur Anspruch, sondern auch Wettbewerbsfaktor: Unterschiedliche Perspektiven helfen uns, die Bedürfnisse der Kund*innen besser zu verstehen und erhöhen unseren Ideenreichtum bei Innovationen. Daher setzen wir uns aktiv für mehr Diversität und Chancengleichheit ein. All unsere Mitarbeitenden sollen die gleichen Möglichkeiten haben. Deshalb wollen wir ein Arbeitsumfeld schaffen, in dem alle Mitarbeitenden wertgeschätzt werden und individuelle Leistung anerkannt wird. Dabei setzen wir vor allem zwei Schwerpunkte: die Gestaltung eines internationalen Arbeitsumfelds und die Förderung von Frauen in Führungspositionen. Unsere Personalabteilungen und Führungskräfte weltweit sind zudem sensibilisiert, Diskriminierung jeglicher Art im Bewerbungsprozess vorzubeugen.

Internationalität

Bei der Besetzung neuer Stellen legen wir Wert darauf, neue Kolleg*innen mit unterschiedlichem kulturellen Hintergrund einzustellen. Vor allem in unserer Zentrale in Norderstedt wollen wir eine internationale Belegschaft fördern. Dadurch erhöhen wir unsere Fähigkeit, die unterschiedlichen Anforderungen und Marktbedingungen unserer internationalen Kundschaft besser zu verstehen und zu bedienen. Mit ersten Erfolgen: Die Quote der nicht-deutschen Beschäftigten ist innerhalb von neun Monaten um 1,8 Prozentpunkte auf 7,2% (Dezember 2020 bis Dezember 2021) angestiegen. Diesen Trend wollen wir festigen und weiter ausbauen, beispielsweise indem wir ab einem bestimmten Niveau alle Stellen ausschließlich auf Englisch aus-schreiben.

Mit unserem weltweiten X-perience-Karrierpfadmodell fördern wir den länder- und funktionsübergreifenden Austausch und darüber hinaus die Mobilität unserer Beschäftigten. Auch im Jahr 2021 wurde das Konzept „x-perience the tesa world“ weiterverfolgt, insbesondere mit internen Stellen-ausschreibungen, die internationale und funktionsübergreifende Bewerbun-gen erlauben.

Frauen in Führungspositionen

Wir wollen zukünftig mehr Führungspositionen mit Frauen besetzen. Wir wollen eine Kultur schaffen, in der Chancengleichheit gelebt wird. Anfang des Jahres 2020 wurde mit Angela Cackovich die erste Frau in der tesa-Geschichte in den Vorstand gewählt. Dies verstehen wir als Zeichen eines Wandels. In den nächsten Jahren werden wir uns noch stärker für die Gleich-berechtigung der Geschlechter innerhalb der Belegschaft und in Führungs- positionen einsetzen. Dafür haben wir 2021 ein entsprechendes Reporting aufgesetzt, das vierteljährlich vorgenommen und ausgewertet wird. Der Anteil an Frauen unter unseren internationalen Executives ist mittlerweile auf über 15% angewachsen.

Arbeitssicherheit und Gesundheit

Sicherheit am Arbeitsplatz und die Gesundheit unserer Mitarbeitenden haben für Beiersdorf oberste Priorität. Deshalb sehen wir diese beiden Punkte als ganzheitliche präventive Managementaufgabe. Es ist unser strate-gisches Ziel, die Zahl der Arbeitsunfälle auf null zu senken und sowohl arbeitsbedingte Erkrankungen als auch körperliche und psychische Fehl-beanspruchungen bei der Arbeit zu vermeiden. Wir überprüfen regelmäßig, ob wir die Arbeitsplätze in unserem Unternehmen noch sicherer und gesün-der gestalten können.

Mit der „Accident Frequency Rate“ (AFR) dokumentieren wir alle Arbeits-unfälle, die zu mindestens einem Ausfalltag geführt haben. Für den Bereich Consumer sank unsere Unfallhäufigkeitsrate im Laufe des Jahres 2021 auf 1,0 Unfälle pro Million Arbeitsstunden (38% weniger als 2020). Uns freut be-sonders, dass 73% unserer Fabriken im gesamten Jahr 2021 unfallfrei waren. Bei tesa lag die AFR der dokumentierten Unfälle mit mindestens einem Aus-falltag im Berichtsjahr bei 4,1 pro Million Arbeitsstunden weltweit (2020: 3,5).

COVID-19-Pandemie

Die weltweite COVID-19-Pandemie war und ist eine gesundheitliche Bedro-hung, vor der wir unsere Mitarbeitenden auf der ganzen Welt schützen müs-sen. Bereits zu Beginn des Jahres 2020 wurden an allen unseren Standorten und Werken Krisenteams gebildet, die sich darum kümmern, Ansteckungen zu verhindern und Risiken zu vermeiden. Maßnahmen zum Schutz vor COVID-19 wurden in unser Managementprogramm aufgenommen und erfordern von unseren Teams noch immer einige Anstrengungen.

Consumer

Angetrieben von unserem Purpose Care Beyond Skin und geleitet von unseren Core Values setzen wir uns dafür ein, mögliche Sicherheitsrisiken und -vorfälle zu reduzieren. Unsere globale Sicherheitsabteilung ist für das Management der Sicherheit am Arbeitsplatz zuständig. Wir zählen dabei aber auch auf die Mitwirkung aller Mitarbeitenden an unseren Standorten.

Unsere Strategie für Sicherheit und Gesundheitsschutz gilt weltweit. Sie ent-hält die wichtigsten Maßnahmen und Programme, auf die wir uns derzeit konzentrieren, und dient unseren Standorten als Grundlage für die Entwick-lung ihrer lokalen Umsetzungspläne und Maßnahmen. Wir überwachen den Fortschritt dieser Maßnahmen anhand von Indikatoren auf globaler Ebene.

In unserem Streben nach ständiger Verbesserung konzentrieren wir uns auf die Reduzierung der Hauptrisiken in den Bereichen Ausrutschen, Stolpern, Stürzen, Gabelstapler und Maschinensicherheit. In unseren Betrieben führen wir außerdem verhaltensbasierte Sicherheitstrainings durch. Dabei lernen unsere Führungskräfte sicheres und unsicheres Verhalten zu erkennen. Zu-dem werden sie darin geschult, positive Gespräche zum Thema Sicherheit mit den Mitarbeitenden zu führen.

Managementsysteme

Im Jahr 2021 haben wir unsere neue „Corporate Safety & Health Policy“ einge-führt, die die Grundlage für das Management von Sicherheit und Gesundheit bei Consumer definiert. Dadurch wird das Engagement unserer Führungs-kräfte für die Integration von Sicherheit und Gesundheit in unsere Strategie und unsere tägliche Arbeit deutlich.

Um ein robustes Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsystem zu ge-währleisten, das kontinuierliche Verbesserungen ermöglicht, führen wir alle drei Jahre an allen unseren Standorten externe Audits gemäß unserem in-ternen Umweltschutz- und Sicherheitsmanagement-Auditsystem (ESMAS) durch (s. Kapitel „Achtung der Menschenrechte“, S. 76). ESMAS basiert auf den beiden international anerkannten Normen ISO 14001 (Umweltmanage-ment-systeme) und ISO 45001 (Managementsysteme für Sicherheit und Gesund-heitsschutz am Arbeitsplatz).

Die nächsten Schritte

Wir setzen die Umsetzung unserer Strategie fort und bauen die Programme weiter aus, die unser Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsystem stär-ken. Im Jahr 2022 werden wir uns weiterhin darauf konzentrieren, die Zahl der Unfälle im Zusammenhang mit den Hauptrisiken in unseren Betrieben zu verringern und gleichzeitig neue Best Practices und Programme einzu-führen, die zu Verbesserungen in den Bereichen Arbeiterlaubnisverfahren, Maschinensicherheit und Materialbewegung führen sollen.

tesa

Arbeitssicherheit und ein betriebliches Gesundheitsmanagement sind feste Bestandteile der Organisation von tesa. Neben den gesetzlichen Vorschriften bilden unsere konzernweit gültigen Richtlinien („Occupational Safety Guidelines“) die Grundlage unseres internen Managementsystems im Bereich Arbeitssicherheit.

Die Guidelines werden durch unternehmensinterne Vorschriften und spezifische Betriebsanweisungen weiter konkretisiert. Sie legen fest, dass Mitarbeitende in regelmäßigen Abständen mit Unterweisungen und Schulungen zu Sicherheitsrisiken und Gefährdungspotenzialen informiert und für diese sensibilisiert werden. Dies soll sie in die Lage versetzen, durch richtiges und eigenverantwortliches Verhalten Unfällen und Gesundheitsgefahren vorzubeugen.

Die Richtlinien gelten auch für Subunternehmen, die in unseren Betriebsstätten Aufgaben übernehmen. In den jeweiligen Arbeitsschutzausschüssen und in dem jährlichen Management-Review bewertet die Unternehmensführung gemeinsam mit dem Bereich Arbeitssicherheit das Unfallgeschehen des jeweiligen Jahres. Auf dieser Grundlage werden vom Management neue Maßnahmen initiiert, um die Sicherheit der Mitarbeitenden weiter zu verbessern und arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren zu reduzieren.

Arbeitsschutz mit System

Im Rahmen unseres Arbeitsschutzmanagements legen wir den Fokus auf die ISO 14001-zertifizierten Produktionsstandorte, denn dort besteht im Vergleich zu unseren Bürostandorten das größere Unfallrisiko und ein erhöhtes Risiko für gesundheitliche Beeinträchtigungen. In unserer Nachhaltigkeitsagenda haben wir eine anspruchsvolle Roadmap festgelegt: Bis 2025 sollen alle tesa Standorte, die bereits über ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 verfügen, auch eine Zertifizierung nach ISO 45001 im Arbeitsschutz erreichen.

Durch die ISO 45001-Zertifizierung im Jahr 2021 in unserem Werk in Suzhou haben wir einen weiteren wichtigen Meilenstein für den Arbeitsschutz bei tesa erreicht. Durch die Zertifizierung wird belegt, dass der Arbeitsschutz systematisch in die Führungsverantwortung des Werkes in Suzhou integriert wurde.

Wir beschäftigen an allen nach ISO 14001-zertifizierten Standorten eigene Sicherheitsfachkräfte. Gleichzeitig fördern wir gezielt den internationalen Austausch dieser Fachkräfte untereinander: Bei jährlich stattfindenden Treffen und virtuellen Meetings diskutieren die Sicherheitsfachkräfte wesentliche Arbeitssicherheits- und Gesundheitsrisiken. Außerdem initiieren sie in diesem Rahmen gemeinsame Projekte, legen Standards fest und tauschen sich über Erfolge und ihre Erfahrungen aus. Dieses Vorgehen trägt dazu bei, die Unfallprävention bei tesa kontinuierlich zu verbessern.

Es finden anlassbezogen Gefährdungsbeurteilungen bei tesa statt. Diese bilden die Grundlage dafür, Arbeitsmittel, Arbeitsstoffe, Arbeitsverfahren, Arbeitsplätze und Arbeitsabläufe so auszuwählen oder zu gestalten, dass technische und organisatorische Mängel vermieden werden und Mitarbeitende sich sicherheits- und gesundheitsgerecht verhalten können. Aber auch Veränderungen an Maschinen, Anlagen oder Arbeitsräumen sowie Neu-

anschaffungen und Prozessanpassungen können Einfluss auf die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeitenden haben. Schon bei der Beschaffung und Inbetriebnahme von Anlagen erfolgen sicherheitstechnische Abnahmen sowie eine systematische Gefahrenermittlung und Risikobewertung unter Einbeziehung von fachkundigen Mitarbeitenden.

Erkennen wir in diesem Zusammenhang ein Sicherheitsrisiko, ergreifen wir geeignete Vermeidungs- oder Korrekturmaßnahmen. In Arbeitsschutzausschüssen diskutieren Sicherheitsfachkräfte, Arbeitnehmervertreter*innen sowie die Geschäftsleitung wesentliche Ergebnisse der Gefährdungsbeurteilungen und definieren adäquate Maßnahmen. Darüber hinaus finden regelmäßige Begehungen und Evaluierungen statt. Die auf diese Weise gewonnenen Erkenntnisse beziehen wir mit ein. Wenn nötig legen wir weitere Maßnahmen fest und aktualisieren die relevanten Sicherheits- und Gesundheitsschutzdokumente.

Auch der Umgang mit Gefahrenstoffen ist detailliert geregelt. Der Fachbereich Arbeitssicherheit gestaltet dazu gemeinsam mit dem Bereich Corporate Regulatory Affairs sowie den Verantwortlichen aus Forschung und Entwicklung und der Produktion die für tesa spezifischen Prozesse zu Handhabung, Kennzeichnung, Lagerung und Transport von gefährlichen Substanzen. Mitarbeitende, die mit bestimmten gefährlichen Substanzen arbeiten, erhalten regelmäßig Gesundheitsuntersuchungen. Darüber hinaus werden Anlagen und Arbeitsplätze in regelmäßigen Abständen auf ihre Sicherheit und auf Emissionsquellen überprüft. Das Vorgehen bei einem Unfall mit Gefahrenstoffen ist im Notfallmanagement geregelt.

Präventionsmaßnahmen

Die von der IT entwickelte „SafetyTour-App“ wurde im Jahr 2021 an allen tesa-Produktionsstandorten weltweit eingeführt. Im Backend der App können neben den Feststellungen und Maßnahmen bei Rundgängen auch KVP-Maßnahmen (Kontinuierlicher Verbesserungsprozess) und Maßnahmen bei behördlichen Überprüfungen integriert werden. Über das einfache Einpflegen von Daten und Bildern lassen sich diese Maßnahmen mit einem Ampelsystem priorisieren, selektieren, zurückverfolgen und besser nachhalten. Eine integrierte Checkliste stellt sicher, dass bei einem Rundgang kein Aspekt vergessen wird.

Die 2021 im Headquarter durchgeführte Kampagne „Sicher ankommen – Wegeunfälle vermeiden“ hatte das Ziel die Beschäftigten durch Tipps und Hinweise zu sensibilisieren, wie sie „gut und sicher“ an ihren Arbeitsplatz und nach Hause kommen.

Auch der Brandschutz stand im Berichtsjahr 2021 erneut im Fokus. So fanden unter COVID-19-Sicherheitsbedingungen Feuerlöschtrainings für die Brandschutzhelfer*innen in den Werken statt. Im tesa-Technologiezentrum wurde das Löschkonzept angepasst, um die Sicherheit der Mitarbeitenden bei der Löschung mit CO₂ zu erhöhen und Unfällen vorzubeugen.

Im Rahmen der Weiterbildung während der COVID-19-Pandemie wurde ein gemeinsamer digitaler Auffrischkurs für Sicherheitsbeauftragte der deutschen Werke initiiert. Im Headquarter wurden Sicherheitsdialoge für alle Führungskräfte angeboten. An den Dialogen nahmen über 97 Führungskräfte teil.

Sozialbelange

Consumer

Gesellschaftliches Engagement

Als global agierendes Unternehmen betrachten wir es als unsere Verpflichtung, Verantwortung für unser Umfeld zu übernehmen und die Situation unserer Mitmenschen nachhaltig positiv zu beeinflussen. Mit unserem Unternehmenszweck Care Beyond Skin drücken wir unser Selbstverständnis und unsere Ambition aus, auch jenseits unseres Kerngeschäfts unseren Beitrag zu einem besseren gesellschaftlichen Miteinander zu leisten.

Dafür arbeiten wir – die Global-CSR-Abteilung – mit Kolleg*innen der einzelnen Ländergesellschaften zusammen. Diese setzen den globalen Strategierahmen gemäß der lokalen (sozialen) Gegebenheiten um. Innerhalb des Beiersdorf Headquarter kooperieren wir zudem mit Kolleg*innen aus verschiedenen Fachabteilungen wie Marketing, der Rechtsabteilung, dem Controlling, Forschung & Entwicklung, Corporate Communications oder Medical Management. Seit 2013 evaluieren wir jährlich die sozialen Projekte, die wir weltweit unterstützen. Die Projektverantwortlichen in unseren Ländergesellschaften sammeln alle lokal relevanten Daten, die wir standardisieren, um unsere Aktivitäten global analysieren zu können. Die Analyseergebnisse sind eine wichtige Informationsbasis für die interne Steuerung, aber auch ein integraler Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Da wir die Vision einer „Inclusive Society“ verfolgen, konzentrieren wir uns mit unserem Engagement vor allem auf Menschen, die von sozialer Ungleichheit, Ausgrenzung und Isolation betroffen sind. Wir unterstützen lokal relevante Initiativen, die die körperliche und seelische Gesundheit, das Zugehörigkeitsgefühl und die Teilhabe aller Mitglieder der Gesellschaft stärken und fördern und wollen so einen wichtigen Beitrag zum gesellschaftlichen Zusammenhalt leisten.

Unser Engagement findet im Bereich Consumer sowohl auf Unternehmensebene als auch auf der Ebene einzelner Marken statt und geht dabei weit über unsere eigene Wertschöpfungskette hinaus. Weltweit liegt der Fokus unseres Unternehmensengagements auf den Bereichen „Stärkung von Mädchen“ und der Katastrophenhilfe. Das Engagement einzelner Marken unterstützt zudem gezielt in Feldern, die zur jeweiligen Markenidentität und Markenkompetenz passen, und ist auf die sozialen Bedürfnisse und Anliegen der Menschen vor Ort ausgerichtet.

Da es uns um gesellschaftliche Verbesserungen geht, beziehen wir in unser Markenengagement auch unsere Konsument*innen mit ein. Kontinuierlich und transparent informieren wir sie über unser soziales Engagement. So gewinnen wichtige soziale Themen eine größere Aufmerksamkeit.

Engagement auf Unternehmensebene

Im Jahr 2021 haben wir das COVID-19-Hilfsprogramm fortgeführt, für das Beiersdorf Consumer bereits 2020 auf globaler Ebene Partnerschaften initiierte. Durch das Programm wollen wir insbesondere Menschen in den Epizentren der Pandemie sowie in Regionen und Ländern mit schwachen öffentlichen Gesundheitssystemen und Infrastrukturen eine ihrer jeweiligen Situation entsprechende Unterstützung zukommen lassen.

Über die Soforthilfe hinaus engagiert sich Beiersdorf im Rahmen dieser Partnerschaften für eine mittel- bis langfristige Unterstützung der Menschen vor Ort, denn viele Länder sind durch die COVID-19-Pandemie mit länger andauernden sozioökonomischen Auswirkungen und Herausforderungen konfrontiert. Vor allem Mädchen und junge Frauen sind aufgrund ihres Alters und ihres Geschlechts von der Pandemie und ihren Folgen betroffen. So sind sie zum Beispiel in Krisen einem erhöhten Risiko ausgesetzt, sexualisierte Gewalt zu erleben, gegen ihren Willen verheiratet zu werden und dauerhaft die Schule verlassen zu müssen. Ebenso üben Mädchen und junge Frauen häufiger Tätigkeiten aus, bei denen sie einem höheren Risiko ausgesetzt sind, sich mit COVID-19 zu infizieren – zum Beispiel im (häuslichen) Pflegebereich und Gesundheitswesen. Daher bildet die Stärkung von Mädchen einen besonderen Schwerpunkt unseres COVID-19-Hilfsprogramms.

Für eine möglichst wirkungsvolle Unterstützung arbeiten wir mit zwei internationalen gemeinnützigen Organisationen, Plan International und CARE, zusammen, die in ihrem jeweiligen Feld über entsprechendes Fachwissen verfügen, auf etablierte und stabile Netzwerke vor Ort zurückgreifen können und langjährige Erfahrung in der Wirkungsmessung haben.

Beiersdorf hat sich 2021 das Ziel gesteckt, mit den Projekten zu Stärkung von Mädchen bis 2023 mehr als 300.000 Menschen direkt zu erreichen. Dabei bezeichnet man direkt Begünstigte als Menschen, die von einer oder mehreren Projektaktivitäten unmittelbar erreicht werden.

Im Sinne eines holistischen, systemischen Ansatzes, der auf eine gesamtgesellschaftliche Veränderung zielt, können Menschen jedes Geschlechts und Alters im Projektgebiet zu den direkt Begünstigten zählen. Nur unter Einbeziehung verschiedener Mitglieder einer Gemeinschaft kann eine nachhaltige Wirkung auf Einzelne – in diesem Fall Mädchen und junge Frauen – erzielt werden.

In Partnerschaft mit Plan International stärkt Beiersdorf das Recht von Mädchen auf Zugang zu Bildung und trägt dazu bei, geschlechtsspezifischer Gewalt während der COVID-19-Pandemie und darüber hinaus vorzubeugen. Beispielsweise werden im Rahmen des Projekts in Kenia Stipendien an Mädchen als direkt Begünstigte vergeben, die es ihnen ermöglichen, zur Schule zu gehen. Die Familie profitiert davon indirekt, da das Haushaltseinkommen nun für andere Zwecke als die Schulgebühren der Tochter verwendet werden kann und davon ausgegangen wird, dass das von den Mädchen erworbene Wissen zu Hause geteilt bzw. angewendet wird. Insgesamt wurden im Berichtszeitraum in den Projekten in Brasilien, Ecuador und Kolumbien 13.088 Menschen erreicht und in Kenia, Ghana und Nigeria 3.026 Menschen. Die Gesamtlaufzeit der Projekte beträgt jeweils zwei Jahre, diese sind im Oktober 2020 (Lateinamerika) und Februar 2021 (Afrika) gestartet.

In Partnerschaft mit CARE setzt sich Beiersdorf seit dem 1. Januar 2021 dafür ein, dass besonders schutzbedürftige Bevölkerungsgruppen in Afrika, etwa Mädchen und junge Frauen, Informationen über COVID-19 sowie Zugang zu einer angemessenen Gesundheitsversorgung erhalten. Die sozioökonomischen Konsequenzen für diese Zielgruppen sollen zudem abgemildert und ihre wirtschaftlichen Lebensgrundlagen gestärkt werden. Der geografische Schwerpunkt liegt auf Äthiopien, Kenia, Somalia und dem Sudan. Beispielsweise nahmen in Somalia 30 Mädchen und junge Frauen (bis 25 Jahre) an Kleinspargruppen teil. In diesen Gruppen erwerben sie Kenntnisse über finanzielle Abläufe wie Darlehen oder Sparraten. Darüber hinaus bewirken

die Gruppen jedoch noch viel mehr: Mädchen und junge Frauen erlangen ein größeres Selbstbewusstsein, geben das Erlernete an ihre Familie und ihr Umfeld weiter, nehmen aktiver an der Gesellschaft teil, äußern ihre Meinung und können konkrete Schritte in Richtung wirtschaftliche Selbstständigkeit gehen. Insgesamt wurden im Berichtszeitraum 41.475 Menschen direkt erreicht. Das Projekt ist auf zwei Jahre angelegt.

Im Jahr 2021 wurden bereits 57.962 von den mehr als 300.000 Menschen, die Beiersdorf mit den Projekten zur Stärkung von Mädchen erreichen möchte, erreicht.

Darüber hinaus kooperiert Beiersdorf mit Ashoka zum Thema „Stärkung von Mädchen“. Ashoka ist das weltweit größte Netzwerk von Sozialunternehmer*innen. Im Oktober 2021 startete eine einjährige Initiative im Bereich der sozialen Innovation. Gemeinsam mit Ashoka wird Beiersdorf Stipendien an fünf führende Sozialunternehmerinnen aus dem Vereinigten Königreich, Polen, Italien, Belgien und der Schweiz vergeben, deren Projekte sich explizit der Stärkung und Befähigung von Mädchen und Frauen widmen. Darüber hinaus wollen Ashoka und Beiersdorf ab Januar 2022 die Vernetzung europäischer Sozialunternehmerinnen vorantreiben. Die Zahl der Begünstigten wird aufgrund der konzeptionellen Ausgestaltung des Projektes in diesem Fall nicht erhoben.

Gemeinsam mit der University of Cardiff hat das Unternehmen im Berichtszeitraum zudem eine dreijährige psychologische Studie begonnen, die sich mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie und ähnlicher Krisen auf das Wohlbefinden von Menschen mit Hauterkrankungen beschäftigt. Darin wird u. a. untersucht, wie sich diese Auswirkungen durch digitale Unterstützungstools abbildern lassen. Im ersten Studienabschnitt werden eine detaillierte Literaturanalyse sowie eine erste Umfrage unter Betroffenen durchgeführt, um eine möglichst betroffenenorientierte Entwicklung zu garantieren.

Das Forschungsprojekt soll der Wissenschaft nicht nur wichtige Erkenntnisse über die Auswirkungen der Coronakrise liefern, sondern auch Anhaltspunkte für das zukünftige soziale Engagement von Beiersdorf auf Marken- und Unternehmensebene liefern.

Zudem verfolgte Beiersdorf im Sommer 2021 die Nachrichten und Bilder der Zerstörung nach den Starkregenfällen in Deutschland, Österreich, Belgien und den Niederlanden. Als Zeichen der Solidarität und zur schnellen Unterstützung der Geschädigten spendete Beiersdorf eine Million Euro. Der Betrag ging an das Belgische und das Deutsche Rote Kreuz sowie die Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft (DLRG). Beide kooperieren seit vielen Jahren mit den Beiersdorf Marken Hansaplast und NIVEA.

Engagement auf Markenebene

Auch auf Markenebene entwickeln wir unser soziales Engagement weiter. Anfang 2021 verkündeten die Marken NIVEA und Eucerin ihre eigenen globalen sozialen Missionen. Die Kolleg*innen in den Ländergesellschaften übernehmen die lokale Koordination der Projekte. Dabei dienen die globalen Strategien und Qualitätsstandards zur Orientierung.

- Die soziale Mission von NIVEA „The Power of Human Touch“ unterstützt „Human Touch“-Projekte zur Förderung der Lebensqualität von Menschen, die von Einsamkeit betroffen sind, wie beispielsweise Frühgeborene, sehbehinderte Menschen und ältere Menschen mit Demenz.

Bis 2025 sollen die „Human Touch“-Projekte einen positiven Einfluss auf die individuelle Gesundheit und das Wohlbefinden von mehr als 150.000 Menschen haben. Dabei werden die Menschen gezählt, die im Fokus der jeweiligen Projektintervention stehen und deren Lebensqualität verbessert werden soll, d. h. Frühgeborene, sehbehinderte Menschen und ältere Menschen mit Demenz. Die Projekte sollen bis 2025 mit einem finanziellen Engagement von insgesamt 20 Millionen Euro umgesetzt werden. Im Jahr 2021 haben die Ländergesellschaften begonnen, die globale Strategie lokal umzusetzen. Dabei konzentrierten sie sich im Wesentlichen auf die Identifikation von Partnern und Projekten. So wird ein Großteil der Projektaktivitäten erst in 2022 beginnen. Über den Fortschritt in den Projekten werden wir entsprechend in den Folgejahren berichten.

- Eucerin engagiert sich für die Förderung der sozialen Inklusion von Menschen, die von Hautkrankheiten betroffen sind. In den Projekten geht es darum, soziale Ausgrenzung und Stigmatisierung zu verringern und die Teilhabe der Menschen an der Gesellschaft zu verbessern.

In den USA kooperiert Eucerin dafür mit FIRST (Foundation for Ichthyosis & Related Skin Types). Das gemeinsame Projekt zielt darauf ab, Teenager und junge Erwachsene, die an Ichthyose leiden, zu unterstützen. Die Betroffenen kämpfen sowohl mit körperlichen als auch mit emotionalen und sozialen Herausforderungen. Innerhalb des Projektes werden ihre Fähigkeiten, ihr Wissen und ihr Selbstvertrauen durch Workshops gestärkt. Es geht darum, ihre soziale Eingliederung zu fördern und die psychische Belastung durch die Krankheit zu verringern.

Eucerin will bis 2023 in mindestens 15 Ländern lokale soziale Projekte implementieren, die die Lebensqualität von Menschen mit Hauterkrankungen verbessern und ihre soziale Inklusion fördern sollen. 2021 wurden Projekte bereits in vier Ländern umgesetzt, wobei ein Projekt in diesem Jahr aufgrund der Lage vor Ort zunächst auf Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie innerhalb der Zielgruppe fokussierte.

Auf Markenebene wollen die Healthcare Brands Hansaplast, Elastoplast und CURITAS 2022 eine globale soziale Mission initiieren – mit einem Schwerpunkt auf der Erste-Hilfe-Ausbildung von Kindern. Dazu werden in Kooperation u. a. mit lokalen Rotkreuz-Gesellschaften Projekte aufgesetzt. Deren Ziel ist es, Kindern das Wissen zu vermitteln, das sie brauchen, um eigene Wunden oder die Wunden anderer zu versorgen und sich und anderen helfen zu können.

Achtung der Menschenrechte

Beiersdorf setzt sich aktiv für die Einhaltung von Gesetzen, Verhaltensstandards und Menschenrechten ein. Diese Verantwortung ist tief in unserem Selbstverständnis und in unseren Core Values verankert. Das gilt für unsere eigenen Standorte und Mitarbeitenden weltweit sowie für alle Beschäftigten entlang der Wertschöpfungskette. Wir dulden keine Korruption, Zwangsarbeit, Kinderarbeit oder Diskriminierung weder an unseren eigenen Standorten noch entlang unserer Lieferkette.

Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette

Risiken, die die Einhaltung der Menschenrechte betreffen, sehen wir vor allem in der generellen Beschaffung und im Einkauf und damit in der vorgelagerten Lieferkette. Unser Ziel ist es, alle Gefährdungen im Hinblick auf Menschenrechtsverletzungen so weit wie möglich zu minimieren.

Wie in unserer „Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte“ erwähnt, sind wir deshalb nicht nur Mitglied im „Global Compact“ der Vereinten Nationen (UNGC), sondern legen sowohl unserer eigenen Geschäftstätigkeit als auch der Zusammenarbeit mit Geschäftspartner*innen wichtige Prinzipien und Leitsätze zu Grunde. Dazu zählen: die „Allgemeine Erklärung der Menschenrechte“ der Vereinten Nationen, die Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) sowie die „OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen“. Hinzu kommen landesspezifische Regelungen und offizielle behördliche Anforderungen.

Wir setzen auf langfristige Beziehungen mit Geschäftspartner*innen, die sich zu unseren Prinzipien der nachhaltigen und verantwortungsvollen Unternehmensführung bekennen und damit übereinstimmen, und fördern diese explizit. Auch haben wir interne und externe Verhaltenskodizes für unsere Mitarbeitenden sowie für unsere Lieferbetriebe entwickelt, die verbindliche Vorgaben zur Einhaltung der Menschenrechte enthalten.

Wir verpflichten unsere Geschäftspartner*innen dazu, sich an unseren Standards zu orientieren und sie zu erfüllen und sie auch in ihre vorgelagerten Lieferketten weiterzugeben. Dies betrifft sowohl die geforderte Produktqualität als auch transparente, faire und verantwortungsvolle Geschäftspraktiken. So möchten wir sicherstellen, dass unsere Geschäftspartner*innen ihrer sozialen, ökologischen und ökonomischen Verantwortung gerecht werden – und nicht zuletzt qualitativ hochwertige Produkte entstehen.

Consumer

Unternehmensbereich Consumer schafft verbindliche Standards

Der Unternehmensbereich Consumer hat mit dem „Code of Conduct for business partners“ (CoC) alle Geschäftspartner*innen entlang der Lieferkette mit einem Einkaufsvolumen von jährlich über 50.000 € zur Einhaltung von Standards verpflichtet. Der CoC steht im Einklang mit den Core Values des Unternehmensbereichs und legt einheitliche und verbindliche Kriterien für verantwortungsbewusstes Handeln fest. Dazu zählen: die Verbote von Korruption, Kinderarbeit, Zwangsarbeit und Diskriminierung sowie die Förderung der Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeitenden am Arbeitsplatz, das Recht auf Versammlungsfreiheit und Kollektivverhandlungen sowie Umweltschutz. Aktuell wickeln wir über 90 % unserer Beschaffungen über Partner*innen ab, die unseren CoC anerkannt haben. Auch aufgrund des zum 1. Januar 2023 in Kraft tretenden deutschen Lieferkettengesetzes wollen wir diesen Anteil zukünftig weiter erhöhen.

Risiko-Screenings und Audits

Ergänzend werden seit 2013 in allen Beiersdorf Werken des Consumer-Bereichs Audits zum Umweltschutz und zur Arbeitssicherheit durchgeführt. Sie erfolgen nach dem „Environmental Protection and Safety Management Audit Scheme“, kurz ESMAS. Dieses orientiert sich an den international anerkannten Normen ISO 14001 (Umweltmanagementsysteme) sowie an der DIN ISO 45001 (Managementsysteme für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit).

Das ESMAS-Audit findet alle drei Jahre statt und überprüft, ob geeignete Maßnahmen zur Einhaltung unserer weltweit gültigen Umwelt- und Arbeitsschutzstandards an unseren Standorten vollumfänglich umgesetzt werden. Zusätzlich zu den ESMAS-Audits wurde unser Werk in Thailand im Berichtsjahr nach dem standardisierten 4-Säulen-Auditprotokoll des „Sedex Members Ethical Trade Audit“ (SMETA) auditiert. Im Zuge des neuen Lieferkettengesetzes planen wir bis Ende 2022, weitere SMETA-Audits an unseren Werken weltweit durchzuführen.

Verantwortlich für die Nachhaltigkeit in der Beschaffung und entlang der Lieferkette sind die jeweiligen Vice Presidents der Abteilungen Nachhaltigkeit und Einkauf. Das Responsible-Sourcing Team analysiert unsere über 21.000 direkten Lieferbetriebe dahingehend, ob ein tieferes Risikoscreening nötig ist oder nicht, das auf die jeweiligen Länder, aus denen wir unsere Waren und Dienstleistungen beziehen, abgestimmt ist.

Neben den landesspezifischen Risiken spielen bei der Risikoklassifizierung aber auch weitere Faktoren eine Rolle: Dazu zählen die Höhe des Einkaufsvolumens sowie die Nähe der jeweiligen Waren oder Dienstleistungsunternehmen zu den Marken von Beiersdorf. Direkte Zulieferbetriebe mit einem mittleren und hohen Risiko müssen über die Plattform „Sedex“ eine umfassende Selbstauskunft abgeben. Auf dieser Basis erfolgt eine detailliertere Risikobewertung, anhand welcher das Responsible-Sourcing-Team entscheidet, ob ein anschließendes Audit erforderlich ist.

Um die Objektivität der Untersuchung zu gewährleisten, wird sie von unabhängigen und zertifizierten Auditor*innen nach dem standardisierten SMETA 4-Säulen-Auditprotokoll durchgeführt. Die Ergebnisse des Audits zeigen konkrete Herausforderungen und Handlungsfelder auf und dienen als Grundlage für die gemeinsame Erarbeitung von Maßnahmenplänen mit unseren Lieferbetrieben. In Extremfällen können die Auditergebnisse auch dazu führen, dass wir Geschäftsbeziehungen beenden. Durch die Nutzung von internationalen Kollaborationsplattformen wie „Sedex“ und „AIM-PROGRESS“ können wir unser Nachhaltigkeitsengagement entlang der Lieferkette kontinuierlich verbessern.

tesa

Beschaffungsprozesse verantwortungsvoll gestalten

Zulieferbetriebe, die den Unternehmensbereich tesa direkt beliefern, verpflichten wir zur Unterzeichnung des „Code of Conduct for Suppliers“ (CoCfS). Der CoCfS ist die Basis für eine verantwortungsvolle Gestaltung unserer globalen Beschaffungsprozesse und beschreibt grundlegende Regeln und Verpflichtungen im Bereich der Menschenrechte, der Arbeitsnormen, des Umweltschutzes und der Korruptionsprävention. Ihm liegen die zehn Prinzipien des UN Global Compact zu Grunde. Wir erwarten von unseren Zulieferbetrieben, dass sie unsere Standards teilen. Verstößen Lieferbetriebe gegen unsere Regeln, erwarten wir, dass sie die Missstände beheben.

Unsere Lieferketten sind global und komplex, denn wir kaufen Rohstoffe auf der ganzen Welt und arbeiten eng mit unseren Lieferbetrieben zusammen. Durch die enge Zusammenarbeit möchten wir eine hohe Produktqualität und Versorgungssicherheit gewährleisten.

Die Bestimmungen für unsere globalen Einkaufsprozesse sind in der „Purchasing Compliance Guideline“ (PCG) definiert und beschrieben, die auch Teil des konzernweiten Compliance-Handbuchs ist. Diese Richtlinie enthält verbindliche Verhaltensregeln für tesa als einkaufendes Unternehmen und wird kontinuierlich überprüft und überarbeitet. Damit die Prozessverantwortlichen für die Einhaltung der Menschenrechte sensibilisiert werden, geben wir seit 2017 Schulungen mit dem Titel „How to source in the right way“ für alle Mitarbeitenden von tPN. In dieser eigens dafür entwickelten Online-Schulung wird die Rolle des CoCfS und der PCG im Rahmen unserer Beschaffungsprozesse erläutert.

Nachhaltigkeitsprogramm für Lieferbetriebe

Neben der Verpflichtung unserer wesentlichen Zulieferbetriebe zur Einhaltung des tesa-CoCfS ist es unser klares Ziel, die Transparenz und Nachhaltigkeit in der Lieferkette sukzessive zu erhöhen. Um die Einhaltung von Menschenrechten, Arbeitsbedingungen und Umweltaspekten zu überprüfen, haben wir 2020 ein Nachhaltigkeitsprogramm für Lieferbetriebe gestartet. Seither laden wir unsere Zulieferbetriebe dazu ein, ihre Nachhaltigkeitsleistung über die Bewertungsplattform „EcoVadis“ mit tesa zu teilen. Die Bewertung ist der erste Schritt, um Transparenz in der Lieferkette zu schaffen und trägt somit zur nachhaltigen Entwicklung bei. Ende 2021 lagen für 43 % unseres direkten Einkaufsvolumens EcoVadis-Selbstauskünfte vor. In den kommenden Jahren wollen wir diesen Anteil schrittweise erhöhen: Bis 2025 sollen insgesamt für 80% des direkten Einkaufsvolumens Nachhaltigkeitsbewertungen vorliegen. Im Laufe des Jahres 2021 haben wir das Nachhaltigkeitsprogramm auf den indirekten Einkauf erweitert.

Compliance

Die folgende Berichterstattung für den Themenbereich Compliance bezieht sich sowohl auf den Unternehmensbereich Consumer als auch auf tesa. Beide Unternehmensbereiche haben eigene, unabhängige Compliance-Management-Systeme (CMS) etabliert, die einheitlichen Standards folgen und in enger Abstimmung der beiden Corporate-Compliance-Management-Abteilungen umgesetzt sind. Soweit vorhanden, werden Unterschiede in der genauen Ausgestaltung des CMS der beiden Unternehmensbereiche nachfolgend beschrieben.

Unsere Grundwerte für verantwortungsbewusstes Handeln

Für uns bedeutet Compliance, dass gesetzliche und kaufmännische Bestimmungen und Regeln beachtet werden – und das ohne Kompromisse. Sowohl der Unternehmensbereich Consumer als auch tesa haben einen Code of Conduct (CoC) etabliert, um die Einhaltung dieser Maßstäbe bestmöglich sicherzustellen und unserer gesellschaftlichen Verantwortung Rechnung zu tragen. Der CoC bietet dabei als übergeordneter Werterahmen Handlungsorientierung für alle Geschäftstätigkeiten und unterstützt unsere Mitarbeitenden, Führungskräfte und Organe darin, die zentralen Grundsätze und Werte der Unternehmensbereiche zu beachten und zu leben. Als Verhaltensleitfaden soll der CoC dazu beitragen, dass wir auch in Zukunft das vertrauenswürdige Unternehmen bleiben, das unsere Kund*innen, Geschäftspartner*innen, Anteilseigner*innen und weitere Stakeholder*innen schätzen.

Konzernweites Compliance-Management

Unser konzernweites CMS orientiert sich an etablierten Standards, wie dem IDW PS 980.

Dabei folgen wir den Grundsätzen:

- **Verhindern und Vorbeugen:** Wir verankern präventive Maßnahmen, um unrechtes Verhalten zu vermeiden.
- **Erkennen:** Wir nutzen Risikoanalysen, um konzernweit wesentliche Compliance-Risiken frühzeitig zu erkennen und zu managen. Zusätzliche Kontrollmechanismen machen regelwidriges Handeln offenkundig.
- **Reagieren und Verbessern:** Wir ahnden etwaige Verstöße gegen gesetzliche und interne Vorgaben dem Einzelfall entsprechend angemessen. Zudem leiten wir kontinuierlich Verbesserungsmaßnahmen für das gesamte CMS ab.

Wir begreifen unser Compliance-Management-System als wichtigen Beitrag dazu, nachhaltig und zukunftsorientiert zu handeln und damit unserer Tradition als verlässliche und vertrauenswürdige Unternehmen gerecht zu werden.

Verhindern und Vorbeugen

Kartellrecht stellt für beide Konzernteile weiterhin ein wichtiges Thema im Themenkomplex Compliance dar. Grund hierfür sind die Geschäftsmodelle, die Komplexität der Rechtsmaterie, die weltweit wachsende Verfolgungstätigkeit sowie Sanktionspotenziale seitens der Kartellbehörden. Neben Kartellrecht liegen zwei weitere Schwerpunkte unserer Compliance-Programme auf der Korruptionsprävention sowie auf einem datenschutzkonformen Verhalten. Die Programme dienen dazu, unsere relevanten Mitarbeitendengruppen in Bezug auf diese Themen besonders zu sensibilisieren und ihnen sowohl Handlungs- als auch Entscheidungssicherheit zu vermitteln.

Unsere Corporate-Compliance-Abteilungen sind verantwortlich, die Mindeststandards für diese Programme sowie ein angemessenes CMS in den Unternehmensbereichen zu definieren, weiterzuentwickeln und zu überwachen.

In unseren Regionen bzw. Tochtergesellschaften haben wir lokal verantwortliche Compliance-Beauftragte etabliert, die unseren Mitarbeitenden alle Elemente der Compliance-Programme vermitteln sollen und auf ihre lokale Anwendung hinwirken. Damit sollen alle Bestandteile unseres Compliance-Systems in den Regionen bzw. Tochtergesellschaften verankert und stetig überwacht und verbessert werden. Insbesondere für kartellrechtliche Fragestellungen steht den lokalen Gesellschaften ein spezialisiertes Netzwerk aus externen Anwalt*innen zur Verfügung.

Kernelemente unserer Compliance-Programme sind neben praxisorientierten Schulungs- und Beratungsangeboten auch verschiedene Richtlinien:

- Die Kartellrechtsrichtlinien enthalten klare Handlungsanweisungen zum kartellrechtskonformen Verhalten, Vorgaben zum Kontakt und Austausch von Informationen mit Wettbewerbersunternehmen, Hinweise zur Kommunikation mit Kund*innen zum Beispiel im Zusammenhang mit Verkaufspreisen, sowie grundsätzliche Dos and Don'ts.

- Die Antikorruptionsrichtlinien dienen als Handlungsleitfaden bei Geschenken, Produktmustern und Einladungen von und an Vertreter*innen und Mitarbeitende anderer Unternehmen oder Amtsträger*innen. Sie beinhalten zudem Hinweise zum Umgang mit Interessenkonflikten.
- Die Datenschutzrichtlinien beschreiben insbesondere, wie die Einhaltung der Grundsätze der europäischen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) für die rechtmäßige Verarbeitung von Daten in unseren EU-Gesellschaften umgesetzt werden, und geben den Mitarbeitenden Hilfestellungen und Anweisungen für den Umgang mit Daten. Darüber hinaus haben die Datenschutz-Teams interne Partnerschaften mit datenschutzrelevanten Schlüssel-funktionen wie Cyber Security und dem Einkauf etabliert.

Wir haben ein umfassendes und zielgruppenspezifisches Trainingskonzept. Basierend auf einem risikoorientierten Ansatz werden weltweit jährlich durchschnittlich mehrere tausend Mitarbeitende zu Korruptionsprävention sowie kartellrechtskonformem und datenschutzkonformem Verhalten geschult. Schulungen werden als Präsenzschulung oder E-Learning durchgeführt und dienen dazu, unsere Mitarbeitenden zu sensibilisieren und aufzuzeigen, wo weitere Unterstützung eingeholt werden kann. Zudem werden Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder regelmäßig über relevante Compliance-Themen unterrichtet. Im Geschäftsjahr 2021 erreichte der Unternehmensbereich Consumer weltweit eine Teilnahmequote von 95% und tesa von 98% bei den Kartellrechtsschulungen.¹

Unsere Mitarbeitenden finden auf den entsprechenden Compliance-Seiten im Intranet weitere Hinweise und Informationen. Darüber hinaus nutzen wir verschiedene Kommunikationskanäle wie das Intranet und E-Mails, um regelmäßig über relevante Compliance-Themen und -Neuerungen zu informieren. Zudem stehen wir im regelmäßigen Austausch mit den lokalen Tochtergesellschaften, beispielsweise zu generellen relevanten Updates, aufkommenden Fragestellungen oder Best-Practice-Ansätzen.

Durch diese regelmäßigen Kommunikations- und Trainingsmaßnahmen verankern wir die Compliance-Grundsätze in unseren Unternehmen. Im Rahmen einer weltweiten „Compliance-Woche“ hat Beiersdorf im Jahr 2021 die verschiedenen Compliance Programme allen Mitarbeitenden noch einmal vorgestellt und die Inhalte der Programme erläutert.

Erkennen

Die Analyse der Compliance-Risiken bildet die Basis unserer Compliance-Management-Systeme und unserer Compliance-Programme. Hierzu identifizieren wir in regelmäßigen Abständen im Rahmen eines ganzheitlichen „Compliance Risk Assessment“ bestehende und künftige Compliance-Risikofelder unserer Geschäftsmodelle und unserer geografischen Ausrichtung. Ergänzend unterstützen beide Corporate-Compliance-Abteilungen ihre Unternehmensleitung dabei, auch Risiken zu erkennen, die über die eigene organisatorische Verantwortung hinausgehen.

In einem zweiten Schritt werden diese dann bewertet und priorisiert. Themen mit hoher Priorität werden auf ihre konkreten Risiken hin analysiert, um angemessene Gegenmaßnahmen ergreifen zu können. Dies geschieht sowohl zentral als auch in den Tochtergesellschaften. Die Ergebnisse werden dem Vorstand vorgestellt und von uns genutzt, um unsere globalen und lokalen Compliance-Programme laufend anzupassen und zu verbessern.

Um Compliance nachhaltig zu leben sowie eine offene und vertrauensvolle Compliance- und Kommunikationskultur zu bewahren und weiter zu fördern, ist das persönliche Engagement der einzelnen Mitarbeitenden unerlässlich. Dazu gehört auch, mögliche Compliance-Verstöße zu melden – auf Wunsch auch anonym. Dazu haben wir verschiedene Meldesysteme etabliert und kommuniziert.

So hat der Unternehmensbereich Consumer zum Beispiel die Hinweisgeberplattform „Speak up. We care.“ implementiert, die weltweit und rund um die Uhr nutzbar ist. Beide Unternehmensbereiche haben zudem externe Ombudspersonen etabliert, die ebenfalls vertrauliche Mitteilungen zu potenziellen Compliance-Verstößen entgegennehmen. Diese und auch die Hinweisgeberplattform stehen neben den eigenen Mitarbeitenden auch der allgemeinen Öffentlichkeit zur Verfügung, um mögliches Fehlverhalten zu melden. Darüber hinaus bestehen jeweils interne Meldemöglichkeiten, beispielsweise zentrale Compliance-E-Mail-Adressen.

Wir haben Prozesse etabliert, die dabei unterstützen, dass eingegangenen Hinweisen nachgegangen wird und entsprechende Sachverhalte aufgeklärt werden, sowie nach sorgfältiger Abwägung verhältnismäßige Maßnahmen ergriffen werden. An der Aufklärung sind die relevanten Fachfunktionen sowie in der Regel die Corporate-Auditing-Abteilung beteiligt.

Die Corporate-Auditing-Abteilung stellt ein weiteres unabhängiges Überwachungsorgan der Beiersdorf AG dar. Die Abteilung führt regelmäßige Prüfungen in beiden Unternehmensbereichen durch, in denen Compliance-relevante Themen fester Bestandteil sind. Darüber hinaus kontrolliert die jeweilige Corporate-Compliance-Abteilung regelmäßig die Einhaltung zentral vorgegebener Mindeststandards, zum Beispiel im Rahmen von Besuchen vor Ort oder Abfragen zur Umsetzung von Maßnahmen.

Reagieren und Verbessern

Mit Hilfe eines regelmäßigen, konzernweiten Compliance-Reportings machen wir uns ein Bild von der Wirksamkeit unseres Compliance-Management-Systems. Die Ergebnisse werden an den Vorstand und Aufsichtsrat berichtet. Dabei erfassen wir sowohl Compliance-Vorfälle als auch den Stand der Umsetzung unserer Compliance-Programme zentral sowie in den Tochtergesellschaften weltweit. Anhand der Ergebnisse leiten wir weiteren Handlungsbedarf ab und setzen entsprechende Maßnahmen um. Selbstverständlich sind die Tochtergesellschaften aufgefordert, die zentrale Compliance-Abteilung auch außerhalb der Reporting-Zyklen umgehend über materielle Compliance-Vorfälle zu informieren, um zeitnah reagieren zu können.

Als weiteren wesentlichen Bestandteil unserer Aktivitäten verstehen wir die kontinuierliche und konsequente Weiterentwicklung unserer Compliance-Management-Systeme, mit der wir sowohl internen Anpassungsbedarfen als auch den dynamischen Veränderungen rechtlicher und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen Rechnung tragen. Im Berichtsjahr haben wir dazu im Unternehmensbereich Consumer eine aktualisierte Kartellrichtlinie und die entsprechenden Trainingskonzepte in alle Tochtergesellschaften ausgerollt sowie notwendige Anpassungen gemäß EU-Whistleblowing-Richtlinie in den bestehenden Prozessen vorgenommen. Bei tesa wurden beispielsweise bestehende kartellrechtliche Richtlinien und Prozesse überarbeitet und grundlegendes zusätzliches Compliance-Schulungsmaterial erstellt sowie in alle Tochtergesellschaften zur lokalen Verwendung ausgerollt.

¹ Die Teilnehmerquote bezieht sich auf die Ziel- und Gefährdungsgruppe, die für das Compliancefeld Kartellrecht vorab definiert wurde. Dazu zählen sämtliche Mitarbeitenden und Führungskräfte, die mit kartellrechtlichen Themen und Anforderungen in Berührung kommen können. Ab 2022 wollen wir weitere Kennzahlen zu Compliance-Schulungen im Rahmen der Nichtfinanziellen Erklärung veröffentlichen.

Weitere Belange

Produktsicherheit

Produktsicherheit und -verträglichkeit haben für Beiersdorf höchste Priorität. Das gilt sowohl im Hinblick auf unsere Verbraucher*innen und deren Gesundheit als auch auf die Umwelt. Unsere Produkte müssen deshalb vielfältigen Anforderungen genügen, bevor sie am Markt zugelassen werden. Hier setzen beide Unternehmensbereiche hohe Maßstäbe an.

Consumer

Unser Verständnis von Qualität geht in diesem Rahmen über die Bewertung und Freigabe unserer Produkte hinaus. Wir verstehen Qualität als einen Prozess, der kontinuierlich zu Verbesserungen führt. Dieses Verständnis haben wir in der „Beiersdorf Quality Policy“ formuliert. Sie leitet die Unternehmensführung, das Management und alle Mitarbeitenden in ihrem täglichen Handeln. Die „Beiersdorf Quality Policy“ dient dazu, die Zufriedenheit und das hohe Vertrauen unserer Konsument*innen zu erhalten und auszubauen und unsere Wettbewerbsfähigkeit auch zukünftig zu gewährleisten.

Sicherheitsbewertung aller Rohstoffe und Formeln kosmetischer Produkte

Um unsere eigenen Ansprüche an die Qualität unserer Produkte zu erfüllen, beschäftigen wir ein Team von erfahrenen und hoch qualifizierten Sicherheitsbewerter*innen. Erst nachdem die gesetzlich geforderte Bewertung und Freigabe der Rohstoffe und Formeln durch dieses Team erfolgt ist, dürfen sie in unseren Fertigprodukten eingesetzt werden.

Die Sicherheitsbewerter*innen arbeiten eng mit den angrenzenden Bereichen, wie Forschung, Produkt- und Packmittelentwicklung, zusammen. Sie bewerten jeden eingesetzten Rohstoff und jede Formel auf ihre Sicherheit und Verträglichkeit für die Verbraucher*innen. Dies geschieht maßgeblich nach den international anerkannten Regeln, die in der EU-Kosmetik-Verordnung 1223/2009 für die Sicherheitsbewertung festgeschrieben sind, sowie nach den Vorgaben der SCCS Notes of Guidance in der 11. Revision aus dem Jahr 2021. Diese europäischen Vorgaben für die Sicherheitsbewertung von Rohstoffen und Produkten werden international anerkannt. Daher werden sie auch vielfach in anderen Ländern und Regionen der Welt übernommen und dienen dort als rechtliche Vorgabe zur Vermarktung.

Für die Sicherheitsbewertung kosmetischer Produkte ist neben Erfahrung und Fachkenntnis vor allem der wissenschaftliche Austausch zu neuen Erkenntnissen über die Verträglichkeit und Sicherheit von Rohstoffen, Formeln und Packmitteln unabdingbar. Entsprechend besuchen unsere Sicherheitsbewerter*innen Kongresse, sind Mitglied in Arbeitsgruppen und Expertenteams und nehmen an speziellen internationalen Fachtrainings teil. Bei allem stehen immer der fachliche Austausch und die Fortbildung im Fokus. Dies soll dazu beitragen, dass wir auch in Zukunft angemessen und verantwortungsbewusst handeln.

Wichtig ist uns in diesem Rahmen auch, dass wir unsere externen Dienstleistungsunternehmen und Lieferbetriebe in die Pflicht nehmen. Wir lassen uns von diesen die Einhaltung der gesetzlichen und auch der über das gesetzlich vorgeschriebene Maß hinausgehenden Anforderungen bestätigen.

Weltweit verbindliche Beiersdorf Sicherheitsanforderungen

Unsere hohen Sicherheitsanforderungen haben wir in der „Beiersdorf Product Safety Policy“ festgeschrieben. Sie ist weltweit verbindlich, da wir bei der Sicherheitsbewertung von Rohstoffen, Formeln und Produkten nicht nach Region oder Standort unterscheiden, sondern weltweit die gleichen Maßstäbe ansetzen.

Die Vorgaben der EU-Kosmetik-Verordnung 1223/2009 sind für uns von besonderer Bedeutung. Sie regelt einerseits die Anforderungen an die Qualifikation der Sicherheitsbewerter*innen und an die Sicherheit eines Produkts. Andererseits definiert sie auch die Kriterien zur korrekten Kennzeichnung von Produkten und zur Bereitstellung von Informationen, um einen sicheren Transport und Umgang mit den Produkten zu gewährleisten.

Die rechtlichen Anforderungen an die Sicherheit der Produkte verändern sich – auf globaler Ebene betrachtet – laufend. Um dem Risiko, gegen aktuelle Regulierungen zu verstoßen, präventiv zu begegnen, arbeitet unser zentrales Regulatory Affairs Team mit einem globalen Netzwerk aus lokalen Regulatory Affairs Officers zusammen. Sie verfolgen alle regulatorischen Vorgaben und deren Änderungen in den Märkten, in denen wir unsere Produkte vertreiben. Bereits bei der Produktentwicklung wollen wir auf diese Weise sicherstellen, dass sämtliche für die jeweiligen Vertriebsländer gültigen Anforderungen erfüllt sind.

Tierversuche

Wir bei Beiersdorf setzen uns entschlossen dafür ein, Tierversuche weltweit überflüssig zu machen. Wir sind davon überzeugt, dass Versuche an Tieren nicht erforderlich sind, um die Verträglichkeit und Wirksamkeit unserer kosmetischen Produkte nachzuweisen. Aus diesem Grund führen wir keine Tierversuche für Kosmetikprodukte und deren Inhaltsstoffe durch oder geben sie in Auftrag.

In der EU sind Tierversuche für Kosmetikprodukte bereits seit 2004 – und für alle Inhaltsstoffe dieser Produkte seit 2013 – vollständig verboten. Beiersdorf hält sich an diese gesetzlichen Vorgaben und hat auch schon lange davor weltweit aktiv auf Tierversuche verzichtet, wann immer dies rechtlich möglich war. Unser erklärtes Ziel ist es, die Forschung so weit voranzubringen, dass auf Tierversuche letztlich weltweit verzichtet werden kann.

Die Sicherheit der Verbraucher steht für uns an erster Stelle. Als eines der führenden forschenden Unternehmen engagieren wir uns seit fast 40 Jahren für die Entwicklung und Akzeptanz von alternativen Testmethoden. Dabei waren und sind wir maßgeblich beteiligt an der Entwicklung und Validierung von Schlüsselmethoden, die heute von der OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) international akzeptiert und durch wichtige Aufsichtsbehörden bereits anerkannt werden.

In Zusammenarbeit mit zahlreichen Partner*innen und Interessengruppen setzen wir uns aktiv für die Entwicklung innovativer und die internationale Akzeptanz bereits bestehender Alternativmethoden ein. Wir engagieren uns in verschiedenen Arbeitsgruppen im europäischen Dachverband der Kosmetikindustrie (Cosmetics Europe), kooperieren mit dem European Centre for the Validation of Alternative Methods (EURL ECVAM) und unterstützen die OECD durch das Bereitstellen wissenschaftlicher Erkenntnisse. Wir sind aktives Mitglied der European Society of Toxicology In Vitro (ESTIV) und seit 2006 Gründungsmitglied der European Partnership for Alternative Approaches to

Animal Testing (EPAA), einer gemeinsamen Organisation der Europäischen Kommission und sieben Industriesektoren. Zusätzlich hat Beiersdorf Kooperationen im Bereich der innovativen Spitzenforschung aufgebaut, zum Beispiel zur Erforschung von sogenannten Organchips, die das Zusammenspiel mehrerer Organe simulieren.

Auch wenn bereits große Fortschritte erzielt wurden, gibt es zum heutigen Zeitpunkt noch nicht für alle sicherheitsrelevanten Fragestellungen von der Legislative anerkannte und etablierte alternative Testmethoden. Daher werden wir uns auch weiterhin intensiv für die Entwicklung und erfolgreiche Nutzung von Alternativen zu Tierversuchen einsetzen.

tesa

Für die Zufriedenheit unserer Kund*innen und damit für unseren wirtschaftlichen Erfolg sind die Qualität und die Sicherheit unserer Produkte entscheidend. tesa möchte dies durch ein durchgängiges Qualitätsmanagement gewährleisten. Weisen Produkte Sicherheitsmängel auf, kann dies negative Auswirkungen haben – für uns und die Menschen, die mit ihnen umgehen. Unser Ziel sind Produkte, die höchste Anforderungen an Qualität und Sicherheit erfüllen.

Qualität und Sicherheit mit System

tesa möchte seine Produkte und Prozesse so gestalten, dass sie den vielfältigen Erwartungen der Kund*innen und Stakeholder*innen entsprechen und niemand bei ihrer Herstellung oder Anwendung zu Schaden kommt. Unser zentrales Ziel im Bereich Produktsicherheit ist es, die Zahl der Produkt haftungsfälle auf null zu halten. Alle Produktionsstandorte von tesa verfügen daher über zertifizierte Managementsysteme gemäß weltweit anerkannten Qualitätsnormen, Standards und Regularien. Die Konformität der Produkte, Systeme und Prozesse wird an den betroffenen Standorten durch interne und externe Audits periodisch überprüft und bestätigt.

Wir halten uns an geltende Gesetze und Richtlinien. Unsere interne Produktsicherheitsleitlinie („Product Safety Guideline“) ergänzt die strengen gesetzlichen Vorgaben. Sie beschreibt verpflichtende Maßnahmen, mit denen wir die Sicherheit unserer Produkte weiter erhöhen. Außerdem legt sie die Rollen und Verantwortlichkeiten der Produktsicherheitsbeauftragten (PSCR) fest. Die „tesa Product Safety Guideline“ gilt weltweit und ist in unserem Intranet zugänglich.

Beauftragte für Produktsicherheit

Weltweit verfügt jedes Werk über eine mit der Produktsicherheit vor Ort beauftragte Person (PSCR), die an die Corporate PSCR, die zentral mit der Produktsicherheit beauftragte Person, berichtet. Alle PSCR müssen eine anerkannte, externe Schulung durchlaufen. In der Regel sind sie auch die Qualitätsbeauftragten der Werke.

Das Produktsicherheitsmanagement ist bei tesa ein wesentlicher Bestandteil des Qualitätsmanagements und wird durch die Geschäftsführung mitgesteuert. Für die Bewertung von Inhaltsstoffen sind die Abteilungen Corporate Regulatory Affairs und Produktentwicklung zuständig. Für die Beurteilungen greifen sie auf verschiedene chemische Datenbanken zurück, werten wissenschaftliche Erkenntnisse aus und betrachten Angaben zu sicherheitsrelevanten Substanzeigenschaften sowie zum sicheren Umgang mit Stoffen oder Gemischen. Für jedes Produkt gibt es grundsätzlich ein Sicherheitsdaten-

blatt, das sicherheitsrelevante Informationen beispielsweise zu Inhaltsstoffen, korrekter Lagerung oder zum richtigen Umgang sowie Empfehlungen zur Entsorgung beinhaltet.

Risikoanalysen gewährleisten Qualität

Die Vermeidung von Produktfehlern spielt eine wichtige Rolle für uns. Deshalb führen die Bereiche Produktentwicklung und Produktion bei jedem neuen Projekt Risikobewertungen oder Fehlermöglichkeits- und -einflussanalysen (FMEA) durch. Auf diese Weise identifizieren sie bereits im Entstehungsprozess der Produkte potenzielle Mängel in der Konstruktion, Fabrikation oder auch Instruktion, zum Beispiel eine fehlerhafte Gebrauchsanleitung. Sind die Produkte auf dem Markt, werden sie von unseren Geschäftseinheiten weiter beobachtet. Wenn die Einheiten dabei feststellen, dass eine erneute Risikoanalyse und -bewertung sowie weitere oder neue Maßnahmen erforderlich sind, leiten sie notwendige Schritte ein, um die Gesundheit und Sicherheit unserer Kund*innen sowie Mitarbeitenden zu gewährleisten.

Interne Audits und Schulungen

Sichere Produktlösungen verdankt tesa nicht nur seinen strengen Qualitätsanforderungen, sondern auch dem konsequenten Kompetenzaufbau innerhalb des Unternehmens. Im Berichtsjahr haben ausgewählte Produktsicherheitsbeauftragte eine Schulung zur Durchführung von produktionsbegleitenden Linienchecks gemäß den Produktintegritätsanforderungen erhalten. Dadurch konnte das erforderliche Fachwissen weiter ausgebaut werden.

Für unsere internen Audits sind das Qualitätsmanagement und die Produktsicherheitsbeauftragten zuständig. Es finden sowohl anlassbezogene als auch jährliche Audits statt. Überprüft werden dabei die Produktentwicklung sowie die Produktion – und bei Bedarf weitere Bereiche, beispielsweise Marketing. Die Produktionsstandorte der tesa-Gruppe wurden im Berichtsjahr erneut erfolgreich gemäß weltweit anerkannter Qualitätsnormen und -standards, beispielsweise ISO 9001 oder IATF 16949, auditiert. Insbesondere die IATF-Zertifizierung legt ein besonderes Augenmerk auf die Konformität aller Produkte, Prozesse, Teile und Dienstleistungen sowie die Produktsicherheit.

Berichterstattung zur EU-Taxonomie

Durch das Inkrafttreten der EU-Taxonomie-Verordnung ist Beiersdorf dazu verpflichtet, Angaben zu Umsatzerlösen, Investitionsausgaben (CapEx) und Betriebsausgaben (OpEx) zu machen, die mit ökologisch nachhaltigen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind. Die EU-Taxonomie-Verordnung enthält Kriterien zur Bestimmung, ob eine Wirtschaftstätigkeit in Hinblick auf verschiedene Umweltziele als nachhaltig einzustufen ist. Das übergeordnete Ziel ist es, ein nachhaltigeres Finanzwesen zu schaffen und Investitionen in grüne und nachhaltige Projekte zu lenken und somit einen Beitrag zum Europäischen „Green Deal“ zu leisten.

Für das Geschäftsjahr 2021 tritt die Verordnung mit Erleichterungen für die Berichterstattung in Kraft, weshalb sich die folgenden Angaben nur auf die Taxonomie-Fähigkeit der Wirtschaftstätigkeiten und nicht auf ihre Taxonomie-Konformität beziehen. Zudem betreffen die vorliegenden Angaben nur die Umweltziele „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“.

Vorgehen bei der Betroffenheitsanalyse¹

Zur Ermittlung der Taxonomie-Fähigkeit wurde bei Beiersdorf im Frühjahr 2021 ein cross-funktionales Team zusammengestellt, in dessen Kernteam die Abteilungen Sustainability von tesa und Consumer, Group Accounting and Consolidation (Consumer) und Corporate Controlling (tesa) vertreten sind. Außerdem wurden weitere Abteilungen wie z. B. IT-Controlling, Manufacturing Controlling oder das Facility Management eingebunden, um die Expertise zu einzelnen Geschäftstätigkeiten einzuholen.

In einem ersten Schritt hat das Team, unter Bezugnahme auf die Definitionen in den Annexen 1 und 2 des Rechtsakts zur Verordnung (EU) 2020/852 referenzierten NACE Codes und der Aktivitätenbeschreibungen, die bei Beiersdorf taxonomie-fähigen Aktivitäten ermittelt. Dabei wurde auch der durch die EU-Kommission bereitgestellte „Taxonomie-Kompass“ verwendet.

Parallel dazu wurden die im Annex 1 zur Verordnung (EU) 2020/852 aufgeführten Definitionen der Kennzahlen zu OpEx, CapEx und Umsätzen analysiert und die Daten für die jeweiligen Bezugsgrößen (Nenner der Kennzahl) auf Basis unserer Finanz-Controlling-Systeme erhoben. Insbesondere im Bereich OpEx wurden hier die relevanten Kostenarten identifiziert.

Für die als taxonomie-fähig identifizierten Aktivitäten wurden anschließend Ansätze zur Abschätzung und Erhebung der entsprechenden OpEx, CapEx und Umsätze festgelegt.

Identifizierte taxonomie-fähige Wirtschaftsaktivitäten

Die folgenden Wirtschaftsaktivitäten wurden als taxonomie-fähig identifiziert:

Information and Kommunikation

- Da der Unternehmensbereich Consumer ein Rechenzentrum betreibt und diese Dienste für tesa bereitstellt, wurde die Aktivität 8.1. „Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten“ als relevant identifiziert. Ebenfalls relevant ist die Aktivität 8.2. „Datenbasierte Lösungen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen“, da wir die Emissionsmanagementsoftware GaBi und SoFi sowie Energiemanagementsysteme benutzen.

Baugewerbe und Immobilien

- Die Aktivität 7.4. „Installation, Wartung und Reparatur von Ladestationen für Elektrofahrzeuge in Gebäuden (und auf zu Gebäuden gehörenden Parkplätzen)“ wurde als relevant identifiziert, da wir Ladestationen auf unserem Gelände besitzen, die von einem Drittanbieter betrieben werden.
- Die Aktivitäten 7.3. „Installation, Wartung und Reparatur von energieeffizienten Geräten“, 7.5. „Installation, Wartung und Reparatur von Geräten für die Messung, Regelung und Steuerung der Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden“ und 7.6. „Installation, Wartung und Reparatur von Technologien für erneuerbare Energien“ sind Teil unseres Gebäudemanagements und umfassen die Installation, Wartung und Reparatur von Photovoltaikanlagen sowie Messsysteme und Steuereinheiten für die Energieeffizienz. Die Aktivitäten 7.1. „Neubau“, haben wir für Beiersdorf als nicht zutreffend eingestuft. Die von uns erstellten Fabrik- und Bürogebäude stellen keine Neubauten zum Zwecke des Weiterverkaufs dar, sondern dienen unserem Geschäftsbetrieb.

Energie

- In diesem Bereich wurde die Aktivität 4.25. „Erzeugung von Wärme/Kälte aus Abwärme“ als taxonomie-fähig identifiziert, da wir Abwärme für interne Heizprozesse nutzen. Andere Aktivitäten aus diesem Bereich, z. B. hinsichtlich der Produktion erneuerbarer Energien, haben wir entsprechend der EU-Taxonomie-Verordnung unter der Wirtschaftsaktivität Baugewerbe und Immobilien erfasst.

Verkehr

- Sämtliche unserer Transportaktivitäten sind an Dienstleister*innen ausgelagert, sodass sich auch hier keine taxonomie-fähige Tätigkeit ergibt. Lediglich unser eigener Fuhrpark an Dienstwagen fällt unter die Definition 6.5. „Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen“.

Verarbeitendes Gewerbe/Herstellung von Waren

- Die Herstellung und der Vertrieb von Produkten aus dem Unternehmensbereich Consumer sind nicht durch die Taxonomie erfasst.
- Für den Unternehmensbereich tesa sind nur die Herstellung von Teilkomponenten für Batterien taxonomie-fähig (Aktivität 3.4. „Herstellung von Batterien“). Aus anderen Kategorien sind keine Umsätze taxonomie-fähig, beispielsweise stellt tesa keine Kunststoffe in Primärform her, sondern bezieht diese von Lieferanten.

Analyse und Berechnung zu Umsätzen

Bei unserer Analyse sind wir zu dem Schluss gekommen, dass in der Kategorie Umsätze nur die Wirtschaftsaktivität 3.4. „Herstellung von Batterien“ bei tesa als taxonomie-fähige Umsätze zu berücksichtigen sind. Da diese Umsätze weniger als 1 % des tesa-Umsatzes und damit deutlich weniger als ein halbes Prozent des Konzernumsatzes von 7.627 Mio. € (s. Konzernanhang, Gewinn- und Verlustrechnung) darstellen, erfolgt keine Berichterstattung zu taxonomie-fähigen Umsätzen.

Analyse und Berechnung zu OpEx

Als Basis für die Kalkulation der Bezugsgröße zu OpEx (Nenner) wurden die Finanzkennzahlen für das Gesamtjahr 2021 aus den Beiersdorf Finanz-Controlling-Systemen herangezogen. Parallel wurden detaillierte Abfragen der jeweiligen Controlling-Funktionen durchgeführt, um die Qualität der Daten zu gewährleisten.

In die Bezugsgröße eingerechnet wurden:

- sämtliche operative Kosten der Forschung und Entwicklung
- sämtliche Kurzzeit-Leasingverträge
- Wartungs- und Reparaturkosten unserer Firmenwagenflotte
- Wartungs- und Reparaturkosten unserer Gebäude sowie Gebäude- und Bürotechnik
- Kosten unserer IT-Infrastruktur

Für die Anteile der taxonomie-fähigen Positionen an der Gesamt-Bezugsgröße (Zähler) wurden, soweit möglich, Daten direkt aus unseren Finanzsystemen erhoben. In den Fällen, in denen eine direkte Zuordnung nicht möglich war, wurden Anteile aufgeschlüsselt und wenn erforderlich über geeignete Schlüssel (z. B. über Personalschlüssel) allokiert.

¹ Aufgrund der fortlaufenden, dynamischen Entwicklungen in Hinblick auf die Ausformulierung der EU-Taxonomie-Verordnung bestehen derzeit noch Auslegungsunsicherheiten bzgl. der enthaltenen Formulierungen und Begriffe. Daher kann es in Zukunft zu Anpassungen bei unserer Taxonomie-Betroffenheitsanalyse kommen.

Knapp 3% dieser Bezugsgröße in Höhe von 408 Mio.€ beziehen sich auf die oben beschriebenen als taxonomie-fähig identifizierten Aktivitäten. Dieser Wert wird als nicht wesentlich betrachtet und daher erfolgt keine Berichterstattung zu OpEx.

Berechnung zu CapEx

Für CapEx haben wir die Investitionen und Langzeit-Leasingverträge im Zusammenhang mit den als taxonomie-fähig identifizierten Aktivitäten ermittelt,

die für beide Unternehmensbereiche berichtet werden. In der Bezugsgröße in Höhe von 502 Mio.€ zum CapEx sind neben den im Geschäftsbericht ausgewiesenen Investitionen in immaterielle Vermögenswerte (11 Mio.€) und Sachanlagen (402 Mio.€; s. Konzernanhang) auch die Sachanlagen mit langfristigen Nutzungsrechten („Right of Use Assets“) in Höhe von 89 Mio.€ enthalten. Da die als taxonomie-fähig identifizierten Investitionen von 13 Mio.€ weniger als 3% der Bezugsgröße betragen, wird auf eine detaillierte Aufstellung nach einzelnen Wirtschaftsaktivitäten verzichtet.

RELEVANTE KENNZAHLEN ZUR NICHTFINANZIELLEN ERKLÄRUNG DES BEIERSDORF KONZERNS

Unternehmensbereich Consumer	Einheit	2020	2021
Umweltbelange			
THG-Emissionen (Scope-1 und Scope-2)	t CO ₂ e	40.157	43.654
THG-Emissionen (Scope-3)	t CO ₂ e	1.047.841	1.041.703
Absolute Reduktion Treibhausgasemissionen (Scope-1 und Scope-2) vs. 2018	%	32	26
Absolute Reduktion Treibhausgasemissionen (Scope-3) vs. 2018	%	11,5	12,0
Reduktion von neuem erdölbasiertem Plastik ¹ vs. 2019	%	6	9
Anteil Rezyklat in unseren Kunststoffverpackungen ¹	%	1	7
Reduktion der nicht-biologisch abbaubaren Polymere in europäischen Produktformeln (basierend auf dem Rohmaterialvolumen) ¹ vs. 2016	%	7	52
Reduktion von Mikroplastik ² in NIVEA Produkten (basierend auf dem Rohmaterialvolumen) vs. 2016	%	67	100
Reduktion von Mikroplastik ² in Eucerin Produkten (basierend auf dem Rohmaterialvolumen) vs. 2016	%	25	45
Anteil an massenbilanziertem Palm(kern)öl und Derivate ¹	%	100	100
Anteil an FSC-zertifiziertem Papier in Faltschachteln ¹	%	100	100
Arbeitnehmerbelange			
Anteil Frauen in Managementgruppe 1-3	%	33	34
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 1	%	60	100
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 2	%	79	88
„Accident Frequency Rate“ (AFR)	Unfälle pro eine Mio Arbeitsstunden	1,6	1,0
Achtung der Menschenrechte			
Abdeckung Risikoscreening Lieferanten	%	100	100
Abdeckung Code of Conduct	%	90 ³	92
Compliance			
Teilnehmendenquote Kartellrecht-Training	%	96	95
Unternehmensbereich tesa			
Umweltbelange			
THG-Emissionen (Scope-1 und Scope-2)	t CO ₂ e	54.140	58.373
Spezifische THG-Emissionen pro Tonne Endprodukt	t CO ₂ e	0,82	0,80
Strom aus erneuerbaren Energiequellen	%	50	52
Arbeitnehmerbelange			
„Accident Frequency Rate“ (AFR)	Unfälle pro eine Mio Arbeitsstunden	3,5	4,1
Compliance			
Teilnehmendenquote Kartellrecht-Training	%	98	98
Menschenrechte			
Abdeckung direktes Einkaufsvolumen durch EcoVadis	%	31	43
Produktsicherheit			
tesa Werke mit Qualitätsmanagementzertifikaten	%	100	100

¹ Daten umfassen nicht die Marke Coppertone.

² Gemäß der Definition des „Umweltprogramm der Vereinten Nationen“ (UNEP).

³ Nachträgliche Änderung der Abdeckungsquote 2020 aufgrund verbesserter Datenqualität.

RELEVANTE KENNZAHLEN ZUR NICHTFINANZIELLEN ERKLÄRUNG DER BEIERSDORF AG

	Einheit	2020	2021
Umweltbelange			
THG-Emissionen (Scope-1 und Scope-2)	t CO ₂ e	5.878	6.267
Absolute Reduktion Treibhausgasemissionen (Scope-1 und Scope-2) vs. 2018	%	11,4	5,21
Arbeitnehmerbelange			
Anteil Frauen in 1. Führungsebene	%	30	31
Anteil Frauen in 2. Führungsebene	%	47	52
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 1	%	100	100
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 2	%	75	86
„Accident Frequency Rate“ (AFR)	Unfälle pro eine Mio Arbeitsstunden	2,1	2,2
Compliance			
Teilnehmendenquote Kartellrecht-Training	%	92	99

Wirtschaftsbericht

Wirtschaftliches Umfeld

Allgemeine wirtschaftliche Lage

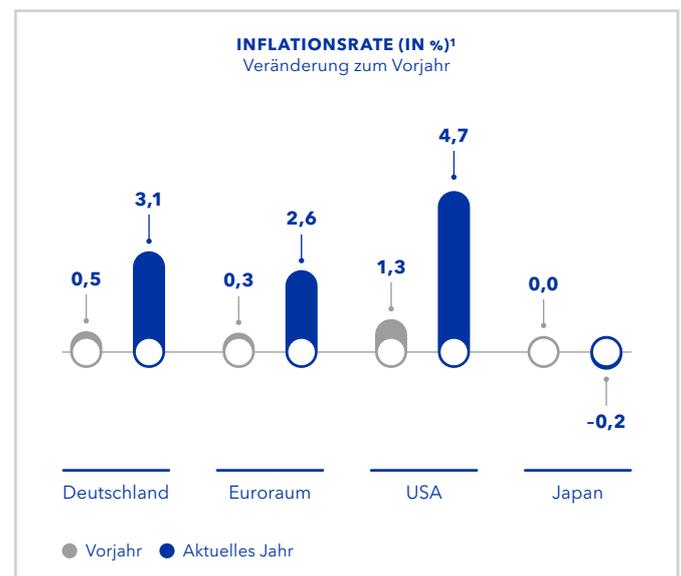
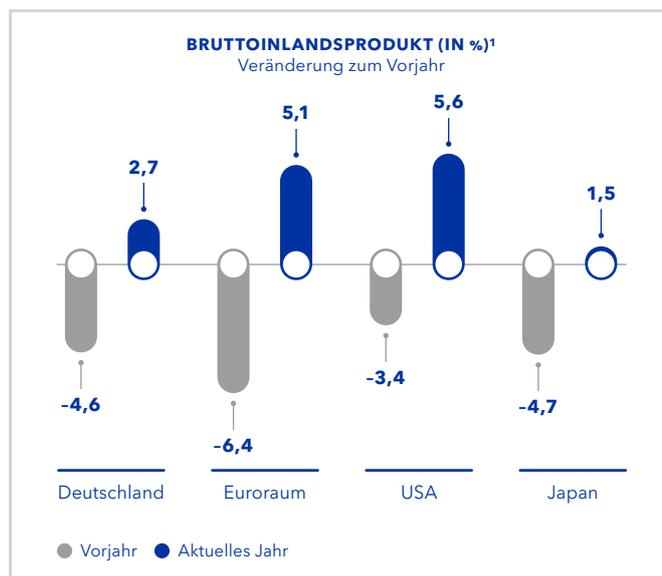
Auch beinahe zwei Jahre nach dem Ausbruch von COVID-19 nahm die andauernde Pandemie noch immer Einfluss auf die Entwicklungen der **globalen** Wirtschaft. Dennoch hat sich das Wirtschaftswachstum im Jahresverlauf 2021, mit Hilfe starker politischer Unterstützung, dem fortgeführten Einsatz von Impfstoffen und der allmählichen Wiederaufnahme wirtschaftlicher Aktivitäten, vor allem im Dienstleistungsbereich, wieder positiv entwickelt. Die zunächst starken Wachstumswahlen des ersten Halbjahres 2021 wurden jedoch in der zweiten Jahreshälfte, bedingt durch die sich wieder verschlechternde Pandemielage und damit zusammenhängende Material- und Lieferengpässe, gedämpft, was durch die Ausbreitung der Omikron-Variante verstärkt wurde. Durch die Verlagerung der Nachfrage weg von Dienstleistungen hin zu bestimmten Warengruppen, wie langlebigen Konsumgütern, Elektronik oder auch medizinischen Artikeln, kam es zu einem starken Anstieg der Nachfrage in diesen Bereichen, wodurch viele Hersteller von Vorprodukten schnell an ihre Kapazitätsgrenzen stießen. Außerdem verliefen die wirtschaftlichen Entwicklungen sehr ungleichmäßig zwischen einzelnen Ländern, Sektoren und demografischen Gruppen in Bezug auf Produktion und Beschäftigung.

Die **europäische** Wirtschaft erlebte im Jahr 2021 durch die Lockerungen der Corona-Restriktionen zunächst einen Aufschwung, der jedoch zum Jahresende an Fahrt verlor. Dies lag zum einen daran, dass bereits ein großer Teil des Einbruchs der Vorperioden wettgemacht worden war und zum anderen an der pandemischen Lage, welche sich im Laufe des ersten Halbjahres verbesserte und gegen Jahresende durch eine erneute Corona-Welle und das

Aufkommen der Omikron-Variante, wieder verschärfte. Zudem blieben auch europäische Firmen nicht von den Lieferengpässen bei der Beschaffung von Vorprodukten und Rohstoffen verschont. Des Weiteren sorgte eine steigende Inflation, bedingt durch gestiegene Energie- und Rohstoffpreise, für einen Verlust der Kaufkraft der Konsument*innen und einen steigenden Kostendruck für die Industrie.

Nachdem die Konjunktur in **Deutschland** zum Jahresbeginn zunächst einbrach, erholte sie sich ab dem zweiten Quartal 2021 zunächst wieder, wurde aber durch die mit Aufkommen der Omikron-Variante steigenden Infektionszahlen zum Jahresende hin wieder deutlich gedämpft. Die Erholung lag vor allem am Dienstleistungssektor, der durch die zunehmenden Lockerungen der Corona-Maßnahmen im Jahresverlauf seine Umsätze zwischenzeitlich wieder steigern konnte. Die deutschen Betriebe im produzierenden Gewerbe waren trotz guter Auftragslage von den Lieferproblemen sowie den gestiegenen Energie- und Rohstoffpreisen am Weltmarkt betroffen. Vor allem die Automobilindustrie wurde hart getroffen.

In den **USA** kam der starke Wirtschaftsaufschwung aus dem ersten Halbjahr 2021 im dritten Quartal deutlich ins Stocken. Hierfür waren mehrere Faktoren verantwortlich, insbesondere die verbreiteten Produktionsengpässe, das Auslaufen des Finanzimpulses, das geringe Arbeitsangebot, sowie die wegen der Deltawelle wieder höheren Infektionszahlen, die die Konsument*innen vorsichtiger haben werden lassen. Im vierten Quartal nahm das Konjunkturwachstum nach Abebben der Delta-Welle jedoch wieder zu. Während der Häuser- und Immobilienmarkt weitestgehend stabil blieb, hatten andere Bereiche mit Einbußen zu kämpfen. Die Dienstleistungsindustrie sowie der andauernde gesamtwirtschaftliche Beschäftigungsaufbau wurden vor allem im Spätsommer durch einen deutlichen Anstieg der COVID-19-Fallzahlen gebremst. Die Automobilindustrie verzeichnete eine gute Auftrags-



¹ Commerzbank Research.

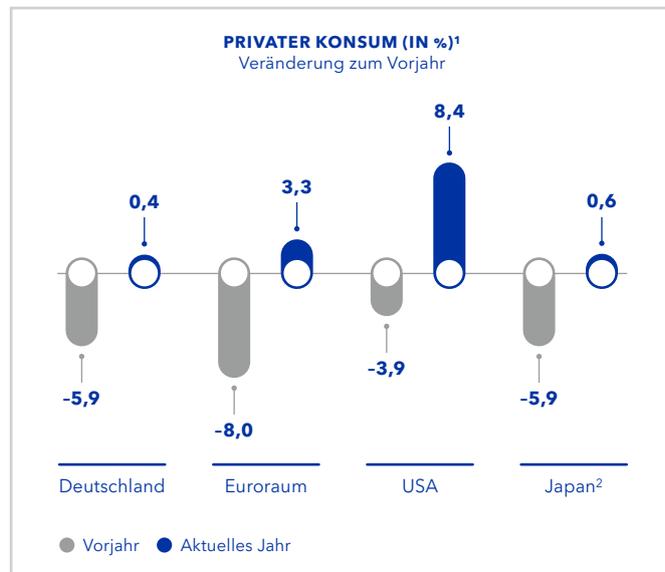
lage, litt im zunehmenden Jahresverlauf aber darunter, dass wichtige Komponenten für ihre Automobile nicht verfügbar waren. Die Inflation erreichte zwischenzeitlich die höchsten Werte seit über 30 Jahren. Dieser Inflationsdruck ging vor allem auf Produktionsengpässe, einen gestiegenen Lohn- und die außergewöhnliche Steigerung der Mietinflation zurück. In der Betrachtung des Gesamtjahres entwickelte sich die Konjunktur der USA insgesamt positiv.

Das **japanische** Wirtschaftswachstum erholte sich im zweiten und vierten Quartal 2021, nachdem es im ersten und dritten Quartal jeweils zurückgegangen war. Zwar litt die Industrie auch unter Produktionsproblemen aufgrund von Materialengpässen, jedoch verzeichnete sie eine hohe Exportnachfrage. Die Inflationsrate fiel im Jahresverlauf leicht, trotz kurzfristig gestiegener Energiepreise.

Die **Wachstumsmärkte** waren zu Beginn des Jahres bezüglich ihres Wirtschaftswachstums nur schwer einzuschätzen, entwickelten sich aber durchweg positiv. In **China** erholte sich das Wirtschaftswachstum im Jahr 2021 wieder, blieb aber vor allem in der zweiten Jahreshälfte deutlich unterhalb des 6%-Ziels der chinesischen Regierung. Dies geht darauf zurück, dass die Konjunkturerinbrüche durch die Corona-Pandemie wieder aufgeholt wurden, die Wirtschaft von der Finanzpolitik weniger Impulse erhielt, die chinesische Führung ihre zunächst ausgesetzte Entschuldungskampagne fortführte und dass die Regierung härter gegen Wucher auf den Immobilienmärkten vorgeht. Des Weiteren wurde die wirtschaftliche Erholung durch den andauernden Mangel an Kohle in vielen Regionen des Landes belastet, da Kohle den wichtigsten Energieträger in China darstellt. Nach teils starken Konjunkturerinbrüchen im Vorjahr erholte sich das Wirtschaftswachstum in **Indien** wieder und die Wirtschaftsaktivitäten erreichten ein höheres Niveau als vor COVID-19. Im **Mittleren Osten** erholte sich die wirtschaftliche Entwicklung zwar, wurde jedoch von massiven Corona-Ausbrüchen gehemmt, vor allem in Ländern mit geringer Impfquote. Hierbei profitierte vor allem die Konjunktur der reicheren, meist Erdöl exportierenden Staaten von einer relativ hohen Impfquote, sowie von den gestiegenen Rohstoffpreisen am Weltmarkt. Die **südostasiatischen Schwellenländer** wiesen für das vergangene Jahr ein ebenfalls positives, jedoch häufig hinter den Erwartungen zurückgebliebenes Konjunkturwachstum auf. Die Wirtschaft in **Brasilien** hat sich 2021 durch den wieder zunehmenden Handel, eine starke wirtschaftspolitische Förderung, sowie zunehmende private Investitionen wieder erholt und hat das Niveau von vor der Corona-Pandemie erreicht. Jedoch stieg die Inflation stetig an und die hohen Arbeitslosenzahlen gingen nur geringfügig zurück. Die Konjunktur **Russlands** wies ebenfalls ein positives Wachstum aus. Dieses wurde vor allem durch die gestiegenen Rohölpreise und den geringen Anteil des stark durch COVID-19 betroffenen Dienstleistungssektors am Bruttoinlandsprodukt begünstigt.

Absatzmarktentwicklung

Die Auswirkungen der anhaltenden COVID-19-Pandemie waren im Jahr 2021 spürbar und haben sich auch weiterhin auf dem globalen Kosmetikmarkt ausgewirkt. Nach einer negativen Marktentwicklung im ersten Quartal erfolgte im zweiten Quartal eine kurzfristige Markterholung. Ab August setzte jedoch wieder eine Konsumzurückhaltung ein. Für das Gesamtjahr 2021 wurde zwar von einem leichten Marktwachstum gegenüber 2020 ausgegangen, der Marktumsatz blieb jedoch unter dem Niveau von 2019.



¹ Commerzbank Research.
² DZ Bank Research.

Nachdem die Geschäftstätigkeit des Unternehmensbereichs tesa im Vorjahr durch die COVID-19-Pandemie geprägt war, zeichnete sich das Jahr 2021 durch eine Erholung der Märkte aus. Komplikationen in den weltweiten Lieferketten, z.B. in der Automobilindustrie, haben die Entwicklung in der zweiten Jahreshälfte zunehmend gedämpft. Insbesondere die Automobilmärkte verzeichneten daher, nach starkem Wachstum in der ersten Jahreshälfte, zum Jahresende eine abschwächende Dynamik. Shutdown-Maßnahmen haben zudem, insbesondere zu Jahresbeginn, auch im Jahr 2021 das Geschäft noch vereinzelt eingeschränkt. Das Handelsgeschäft für Kleb- bänder war unterschiedlich betroffen, insbesondere das Onlinegeschäft konnte Wachstum realisieren.

Beschaffungsmarktentwicklung

Über das gesamte Jahr 2021 wurden die Entwicklungen auf dem Rohstoffmarkt stark durch die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie beeinflusst. Rohöl und Energiepreise erhöhten sich nach einem zunächst moderaten Start im Laufe des Jahres erheblich. Schwere und lange Wintereinbrüche in den USA führten bei Lieferant*innen zu zahlreichen Produktionsausfällen. COVID-19 führte durch einen Mangel an Arbeitskräften in den Erzeugerländern zu niedrigen Ernten bei natürlichen Ölen. Zeitgleich kam es durch eine erhöhte Weltnachfrage, vor allem durch sich schnell erholende Volkswirtschaften in China und den USA, zu angespannten Versorgungssituationen und ansteigenden Preisentwicklungen bei vielen Roh- und Packstoffen. Parallel wurden die Märkte durch massive Engpässe in der Logistik, beginnend mit der Suezkanal-Blockade weiter verknappt. Gegen Jahresende wurde diese Situation durch Energiebeschränkungen und damit einhergehende Produktionsausfälle in China erneut verschärft. All dies führte dazu, dass sich die Preise für Roh- und Packstoffe, insbesondere in der zweiten Jahreshälfte, deutlich über dem Vorjahresniveau bewegten. Die Verfügbarkeit vieler Materialien und Vormaterialien war zum Teil stark beschränkt. In einem sehr volatilen Umfeld gelang es durch umfangreiche Maßnahmen zur Sicherung

der Versorgung Produktionsengpässe zu vermeiden. Es ist zudem gelungen, weitere signifikante Kostensteigerungen resultierend aus dem verstärkten Einsatz neuer, nachhaltiger Materialien (z.B. Plastik-Rezyklat) erfolgreich zu begrenzen.

Gesamtaussage zu den Rahmenbedingungen

Nachdem das globale wirtschaftliche Wachstum im Jahr 2020 signifikant rückläufig gewesen war, konnte in diesem Jahr eine deutliche Erholung verzeichnet werden. Der weltweite Kosmetikmarkt konnte eine ähnliche Tendenz vorweisen, wobei die teils weiterhin vorhandenen Einschränkungen die Erholung bremsen. Der im Vorjahr stark betroffene Bereich Skin Care (Hautpflegeprodukte) konnte dabei im Jahr 2021 jedoch deutlich

stärker wachsen als der Bereich Personal Care (Seifen, Duschgels). Der Fokus im Unternehmensbereich Consumer lag auf dem Gewinnen neuer Marktanteile, die insbesondere im Bereich Skin Care durch erfolgreiche Produkteinführungen erreicht werden konnten.

Im Unternehmensbereich tesa zeigten sich die Erholungstendenzen nach der COVID-19-Pandemie insbesondere in der für tesa wichtigen Automobilbranche. Hier zeigte sich jedoch durch Störungen der weltweiten Lieferketten zum Jahresende eine deutlich schwächere Dynamik. Insgesamt verzeichnete tesa Umsatzgewinne in beiden Bereichen. Der Bereich Direct Industries wuchs, insbesondere getrieben durch die Bereiche Automotive und Consumer Electronics, der Bereich Trade Markets konnte ebenfalls ein deutliches Umsatzwachstum erzielen, unter anderem getrieben durch ein ansteigendes Onlinegeschäft und den industriellen Handel.

Ertragslage

Ertragslage Konzern

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (IN MIO. €)

	2020	2021	Entwicklung in % ¹
Umsatzerlöse	7.025	7.627	8,6
Kosten der umgesetzten Leistungen	-2.984	-3.267	9,5
Brutto-Ergebnis	4.041	4.360	7,9
Marketing- und Vertriebskosten	-2.485	-2.675	7,7
Forschungs- und Entwicklungskosten	-246	-268	9,0
Allgemeine Verwaltungskosten	-400	-448	12,0
Sonstiges betriebliches Ergebnis (ohne Sondereffekte)	-4	24	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	906	993	9,6
Sondereffekte	-78	-60	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	828	933	12,7
Finanzergebnis	-7	-26	-
Ergebnis vor Steuern	821	907	10,5
Ertragsteuern	-244	-252	3,4
Jahresüberschuss	577	655	13,5

¹ Die prozentualen Veränderungen beziehen sich auf Werte in Tsd.€.

Umsatz

Der Konzernumsatz konnte sich im Vergleich zum Vorjahr mit einem organischen Wachstum von 9,7% deutlich erholen. Der Unternehmensbereich Consumer erzielte ein organisches Umsatzwachstum von 8,8%. Der Unternehmensbereich tesa konnte einen erfreulichen, zweistelligen organischen Umsatzzuwachs von 13,6% verzeichnen. Nominal erhöhte sich der Konzernumsatz um 8,6% gegenüber dem Vorjahr und erreichte 7.627 Mio.€ (Vorjahr: 7.025 Mio.€).

In **Europa** stieg der Umsatz organisch um 6,3% gegenüber dem Vorjahr. Nominal belief sich der Umsatz auf 3.676 Mio.€ (Vorjahr: 3.467 Mio.€) und lag damit um 6,0% über dem Vorjahr.

Das organische Wachstum in **Amerika** lag 16,3% über dem Vorjahr. Nominal stieg der Umsatz um 13,4% auf 1.527 Mio.€ (Vorjahr: 1.347 Mio.€).

Der Umsatz in der Region **Afrika/Asien/Australien** lag organisch um 11,0% über dem Vorjahr. Nominal konnte ein Anstieg von 9,6% auf 2.424 Mio.€ (Vorjahr: 2.211 Mio.€) verzeichnet werden.

Aufwand/Sonstiges betriebliches Ergebnis

Die **Kosten der umgesetzten Leistungen** stiegen um 9,5%. Zum einen sind diese infolge des gestiegenen Umsatzvolumens im Vorjahresvergleich wieder angestiegen. Zum anderen hat der Preisdruck auf den Beschaffungsmärkten im Berichtsjahr deutlich angezogen. Daneben wirkten sich Mix-

effekte sowie Wechselkurseffekte negativ aus. Infolge des gestiegenen Kostendrucks auf den Beschaffungsmärkten ergab sich im Berichtsjahr ein verringertes **Brutto-Ergebnis** in Relation zum Umsatz.

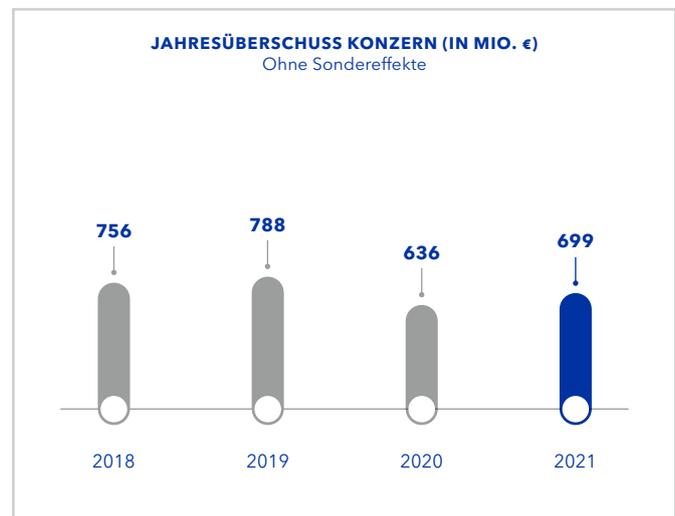
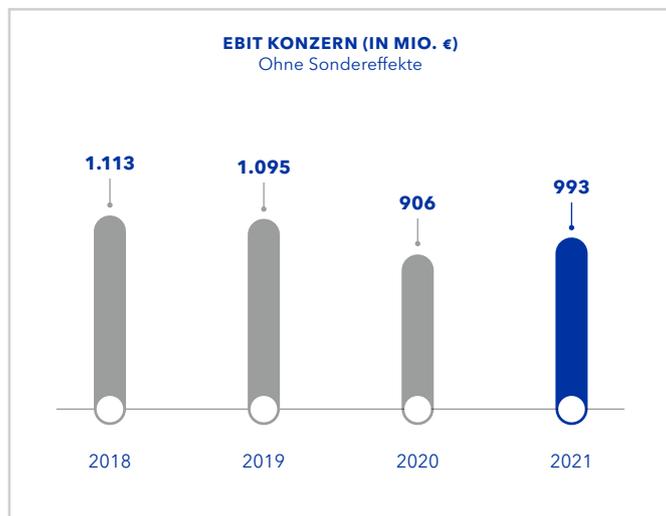
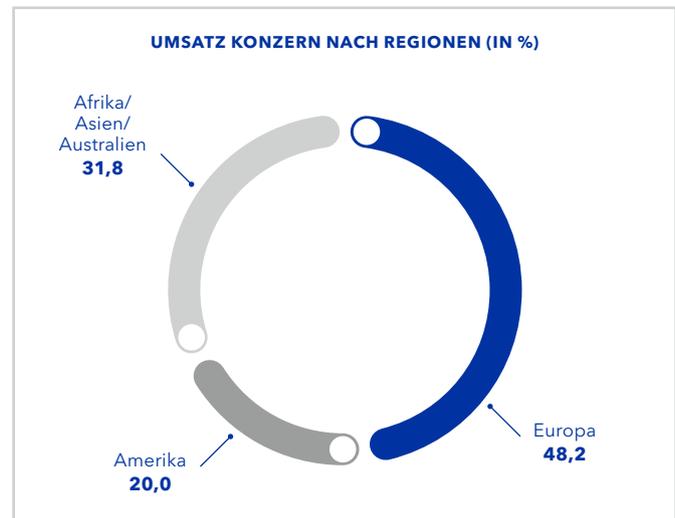
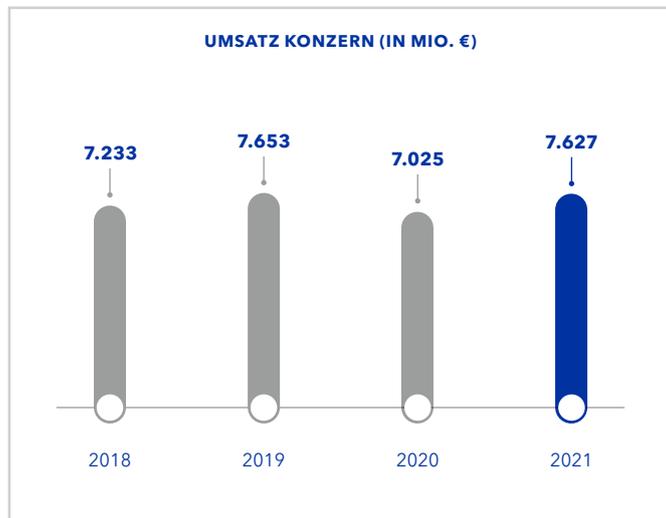
Die **Marketing- und Vertriebskosten** stiegen um 7,7% im Vergleich zum Vorjahr und beliefen sich auf 2.675 Mio.€ (Vorjahr: 2.485 Mio.€). Durch das weiterhin hohe Investitionsniveau im Rahmen von C.A.R.E.+ soll unsere Marktstellung nachhaltig gefestigt werden. Der Marketingetat wird stetig an die geänderten Marktbedingungen und insbesondere an das geänderte Medienverhalten der Verbraucher*innen angepasst. Insgesamt wurden für Werbung und Handelsmarketing 1.689 Mio.€ (Vorjahr: 1.554 Mio.€) aufgewendet. Mit Investitionen in Marketing und Vertrieb in einer Reihe von Ländern, insbesondere in Wachstumsmärkten, haben wir unsere Marktstellung weiter ausgebaut.

Die Aufwendungen für **Forschung und Entwicklung** lagen mit 268 Mio.€ um 22 Mio.€ über dem Vorjahr (Vorjahr: 246 Mio.€). Ein Fokus lag dabei auf der Entwicklung und Weiterentwicklung von nachhaltigen Produktreihen. Damit

wurde insbesondere die Fähigkeit gestärkt, sich durch Entwicklung von neuen Produkten auf die aktuellen und künftigen Anforderungen der Konsument*innen und Kund*innen einzustellen. Die **allgemeinen Verwaltungskosten** stiegen von 400 Mio.€ auf 448 Mio.€ und sind vor allem getrieben durch das weitere Vorantreiben von zahlreichen Digitalisierungsprojekten unter dem Schirm der C.A.R.E.+ Strategie. Das sonstige betriebliche Ergebnis (ohne Sondereffekte) verbesserte sich auf 24 Mio.€ (Vorjahr: -4 Mio.€). Dies war insbesondere getrieben durch ein besseres Währungsergebnis aus dem operativen Geschäft und höhere Auflösung von Rückstellungen.

Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)

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. Sondereffekte sind einmalige, nicht operative Geschäftsvorfälle.



Das EBIT ohne Sondereffekte erreichte 993 Mio.€ (Vorjahr: 906 Mio.€), die EBIT-Umsatzrendite lag bei 13,0% (Vorjahr: 12,9%). Der Unternehmensbereich Consumer erzielte ein EBIT ohne Sondereffekte von 740 Mio.€ (Vorjahr: 702 Mio.€), die EBIT-Umsatzrendite lag bei 12,1% (Vorjahr: 12,3%). Der Unternehmensbereich tesa erreichte ein EBIT ohne Sondereffekte von 253 Mio.€ (Vorjahr: 204 Mio.€) und eine EBIT-Umsatzrendite von 16,9% (Vorjahr: 15,4%).

In **Europa** verzeichnete der Konzern ein Ergebnis vor Sondereffekten von 556 Mio.€ (Vorjahr: 503 Mio.€). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 15,1% (Vorjahr: 14,5%). Das Ergebnis vor Sondereffekten in **Amerika** lag bei 91 Mio.€ (Vorjahr: 92 Mio.€). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 6,0% (Vorjahr: 6,8%). In **Afrika/Asien/Australien** betrug das EBIT ohne Sondereffekte 346 Mio.€ (Vorjahr: 311 Mio.€). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 14,3% (Vorjahr: 14,1%).

Sondereffekte

Die Sondereffekte im Konzern beliefen sich insgesamt auf 60 Mio.€ (Vorjahr: 78 Mio.€). Die gezeigten Sondereffekte des Berichtsjahres beinhalten im Wesentlichen Restrukturierungsaufwendungen und zwar vor allem der Supply-Chain-Organisation in Höhe von 37 Mio.€ (Vorjahr: 30 Mio.€), die Aufwendungen aus dem „Care Beyond Skin“-Programm in Höhe von 6 Mio.€ (Vorjahr: 24 Mio.€), Aufwendungen im Zusammenhang mit der Integration des Coppertone-Geschäfts und der Vorbereitung der Chantecaille-Acquisition in Höhe von 17 Mio.€ (Vorjahr: 14 Mio.€), eine Wertminderung auf den Goodwill von tesa Twinlock in Höhe von 9 Mio.€ sowie Erlöse aus dem Verkauf der tesa scribos GmbH in Höhe von 9 Mio.€. Im Vorjahr wurde im Unternehmensbereich Consumer darüber hinaus eine Wertminderung eines auf die zahlungsmittelgenerierende Einheit Nordostasien allokierten Goodwills in Höhe von 10 Mio.€ als Sondereffekt gezeigt.

Betriebliches Ergebnis (EBIT)

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) erreichte 933 Mio.€ (Vorjahr: 828 Mio.€). Dies entspricht einer EBIT-Umsatzrendite von 12,2% (Vorjahr: 11,8%).

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis betrug -26 Mio.€ (Vorjahr: -7 Mio.€). Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf Wertverluste bei Finanzanlagen zurückzuführen.

Ertragsteuern

Der Ertragsteueraufwand lag bei 252 Mio.€ (Vorjahr: 244 Mio.€). Die Steuerquote lag bei 27,8% (Vorjahr: 29,7%). Die Steuern für die Sondereffekte betrugen 16 Mio.€ (Vorjahr: 19 Mio.€).

Jahresüberschuss

Der Jahresüberschuss betrug 655 Mio.€ (Vorjahr: 577 Mio.€), die Umsatzrendite nach Steuern lag bei 8,6% (Vorjahr: 8,2%). Ohne Sondereffekte stieg der Jahresüberschuss auf 699 Mio.€ (Vorjahr: 636 Mio.€), die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern lag bei 9,2% (Vorjahr: 9,1%).

Ergebnis je Aktie - Dividende

Das Ergebnis je Aktie lag bei 2,81 € (Vorjahr: 2,47 €). Ohne Sondereffekte betrug es 3,00 € (Vorjahr: 2,73 €). Berechnet wurden diese Werte auf Basis der gewichteten Anzahl der dividendenberechtigten Aktien von 226.818.984 Stück. Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung eine Dividende in Höhe von 0,70 € (Vorjahr: 0,70 €) je dividendenberechtigter Stückaktie vorschlagen. Für weitere Angaben zu Anzahl, Art und Nennwert der Aktien wird auf den Abschnitt 18 „Gezeichnetes Kapital“ im Konzernanhang verwiesen.

Ertragslage Unternehmensbereiche

Consumer

UMSATZENTWICKLUNG UNTERNEHMENSBEREICH CONSUMER (IN MIO. €)

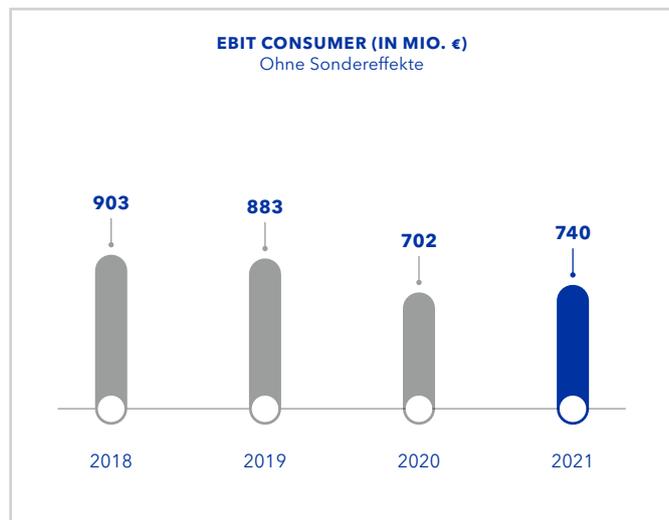
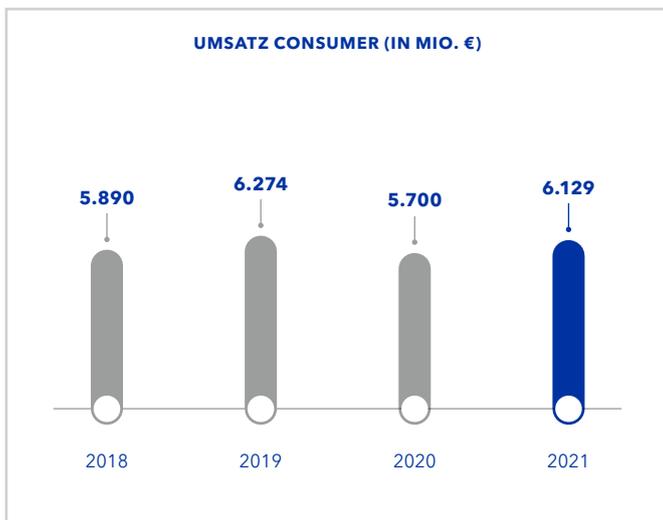
	01.01. - 31.12.2020	01.01. - 31.12.2021	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	2.752	2.910	5,8	5,8
Westeuropa	2.217	2.352	6,1	5,7
Osteuropa	535	558	4,3	6,3
Amerika	1.153	1.302	12,9	15,9
Nordamerika	585	646	10,5	13,0
Lateinamerika	568	656	15,4	18,8
Afrika/Asien/Australien	1.795	1.917	6,7	8,9
Gesamt	5.700	6.129	7,5	8,8

Der Umsatz im Unternehmensbereich **Consumer** erreichte 2021 ein organisches Umsatzwachstum von 8,8%. Nominal erhöhte sich der Umsatz um 7,5% auf 6.129 Mio.€ (Vorjahr: 5.700 Mio.€). Wechselkurseffekte erhöhten das Wachstum um 1,3 Prozentpunkte.

Die Umsatzentwicklung im Unternehmensbereich Consumer erholte sich insgesamt im Berichtsjahr von den Auswirkungen der andauernden COVID-19-Pandemie im Vorjahr. Beiersdorf konnte auf allen Kontinenten Marktanteile hinzugewinnen, insbesondere mit der Marke NIVEA in Brasilien, Japan und Thailand sowie im Bereich Derma mit den Marken Eucerin und Aquaphor in den USA, Deutschland und Lateinamerika. Der Bereich Healthcare konnte auf fast allen Märkten mit den Marken Hansaplast und Elastoplast weitere Marktanteile hinzugewinnen.

teile hinzugewinnen, insbesondere mit der Marke NIVEA in Brasilien, Japan und Thailand sowie im Bereich Derma mit den Marken Eucerin und Aquaphor in den USA, Deutschland und Lateinamerika. Der Bereich Healthcare konnte auf fast allen Märkten mit den Marken Hansaplast und Elastoplast weitere Marktanteile hinzugewinnen.

In allen Regionen entwickelten sich die Umsatzwachstumsraten positiv, insbesondere in der Region Amerika, in der das Umsatzwachstum im zweitstel-



ligen Prozentbereich gegenüber dem Vorjahr lag. NIVEA und der Bereich Healthcare erzielten insgesamt gute Wachstumsraten. Der Bereich Derma und die Marke La Prairie trugen mit einem starken Wachstum zur sehr guten Entwicklung des Unternehmensbereichs bei.

Das EBIT ohne Sondereffekte betrug 740 Mio.€ (Vorjahr: 702 Mio.€), die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag bei 12,1% (Vorjahr: 12,3%). Als Sondereffekte wurden die Aufwendungen aus dem „Care Beyond Skin“-Programm in Höhe von 6 Mio.€, Restrukturierungsaufwendungen und zwar vor allem der Supply-Chain-Organisation in Höhe von 37 Mio.€ sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit der Integration des Coppertone-Geschäfts und der Vorbereitung der Chantecaille-Acquisition in Höhe von 17 Mio.€ ausgewiesen. Das Consumer-Ergebnis nach Sondereffekten betrug daher 680 Mio.€ (Vorjahr: 632 Mio.€), die EBIT-Umsatzrendite lag bei 11,1% (Vorjahr: 11,1%).

NIVEA wuchs 2021 weltweit organisch um 5,5%. Nominal stieg der Umsatz von 3.957 Mio.€ auf 4.116 Mio.€. Dies ging vor allem auf die Umsatzerholung von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie, vorwiegend getrieben durch die Region Emerging Markets, sowie die neuen Produkteinführungen zurück. Wachstumstreiber waren vor allem NIVEA Face, NIVEA SUN, NIVEA Deo sowie NIVEA Body. In der Kategorie NIVEA Face wurden durch den Launch von Produkten, wie NIVEA Cellular LUMINOUS630® und Hydra Skin Effect, signifikante Umsatz- und Marktanteilszahlen erzielt, besonders in Europa. NIVEA erzielte ein positives Umsatzwachstum in seinem Kerngeschäft Körperpflege. Dies wurde durch das stetige Wachstum des Naturally Good-Bereichs, welcher Verpackungen mit 50% weniger Plastik nutzt, sowie einer weiteren Stärkung des Skin Tone-Geschäfts bedingt. In der Kategorie NIVEA Deo zählte die Black & White Produktlinie, neben Neueinführungen wie der Magnesium Linie, zu den größten Wachstumstreibern. NIVEA Lip und NIVEA Hair waren diejenigen Kategorien, die immer noch Schwierigkeiten aufzeigten, wieder zu positiven Wachstumsentwicklungen zurückzufinden.

Der Bereich **Derma** entwickelte sich mit einem organischen Umsatzwachstum von 19,5% besonders erfreulich. Nominal stieg der Umsatz von

661 Mio.€ auf 790 Mio.€. In den wichtigen Märkten USA und Deutschland wurde ein überaus positives Umsatzwachstum erzielt. Darüber hinaus konnte in Südamerika, Asien, MEA sowie im Rest Europas die positive Umsatzentwicklung weiter fortgeführt werden. Einen positiven Wachstumsbeitrag leisteten insbesondere die Eucerin-Kategorie Face getrieben durch die Anti-Pigment- sowie die Hyaluron-Filler-Serie und die Kategorie Sun mit unserer Neueinführung des Medizinproduktes ACTINIC CONTROL mit LSF 100. Im Body Bereich konnten insbesondere die Eucerin Urea-Serie, sowie Aquaphor ein starkes Umsatzwachstum verzeichnen. Generell zeichnete sich der Online-Vertriebskanal als starker Umsatztreiber aus.

Healthcare verzeichnete ein organisches Umsatzplus von 13,7%. Nominal stieg der Umsatz von 197 Mio.€ auf 225 Mio.€. Besonders positiv auf den Umsatz wirkten sich die Markeneinführungen in der Kategorie Wundversorgung, sowie eine starke Erholung der Umsätze in der Kategorie Sports aus. Dieses Wachstum fand in allen Hauptmärkten statt.

Im Bereich der selektiven Kosmetik verzeichnete unsere Marke **La Prairie** einen starken organischen Umsatzanstieg von 20,1%. Nominal stieg der Umsatz von 497 Mio.€ auf 599 Mio.€. Dieser Anstieg ist im Wesentlichen auf die Erholung des wichtigen Travel-Retail-Geschäfts und auf die herausragende Performance in China und Nordamerika zurückzuführen. Zu weiteren starken Wachstumstreibern zählten die Launches von Platinum Rare und Pure Gold.

In der Region **Europa** lag der Umsatz organisch um 5,8% über dem Vorjahr. Nominal stieg der Umsatz um 5,8% auf 2.910 Mio.€ (Vorjahr: 2.752 Mio.€).

In **Westeuropa** stieg der Umsatz organisch um 5,7%. Vor allem in der Schweiz und Italien konnte ein gutes Wachstum erreicht werden. Die Umsätze in NIVEA Face, Sun und Body sowie der Kategorie Wundversorgung des Bereiches Healthcare entwickelten sich besonders positiv. Auch die Eucerin-Kategorien Face, Body und Sun trugen positiv zum Umsatzwachstum bei. Wesentlich beeinflusst wurde das Umsatzwachstum durch die Erholung des Travel-Retail-Geschäfts bei der Marke La Prairie.

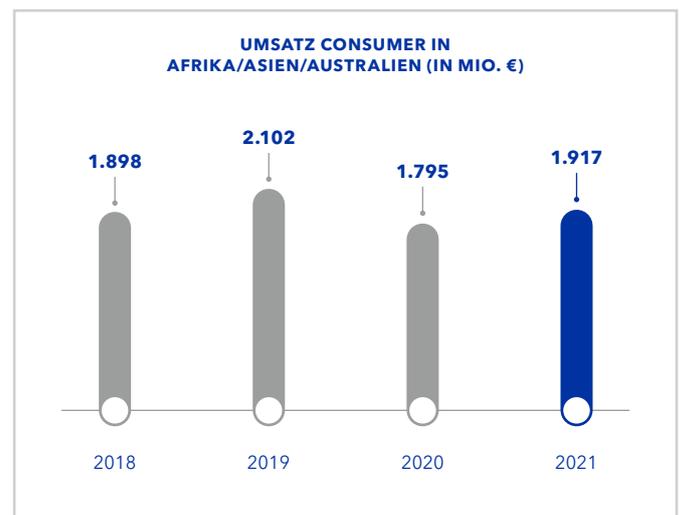
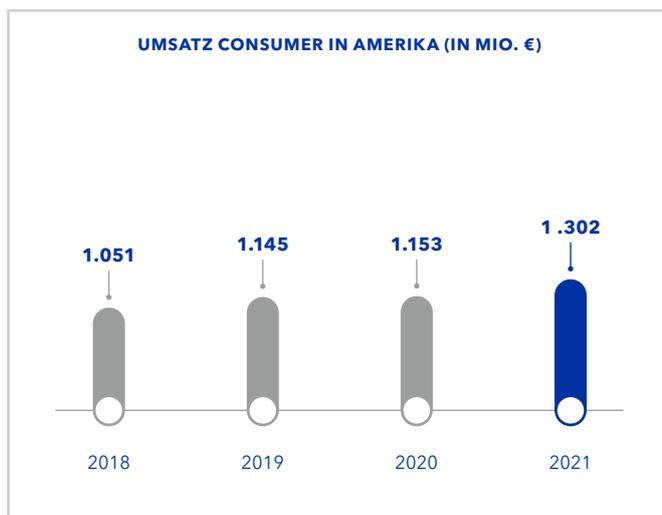
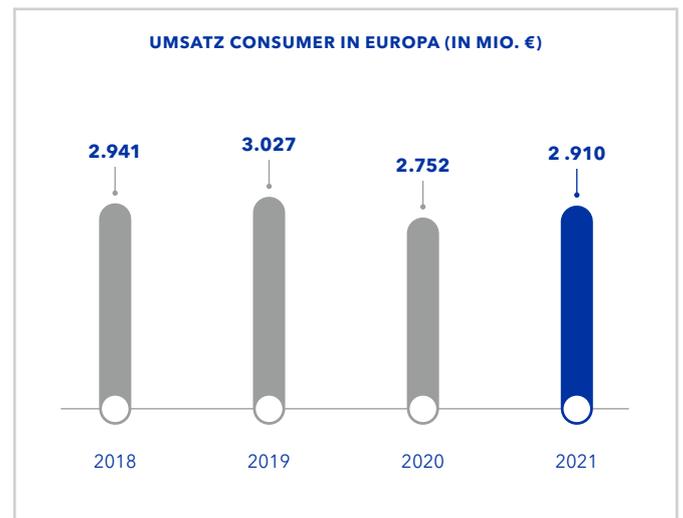
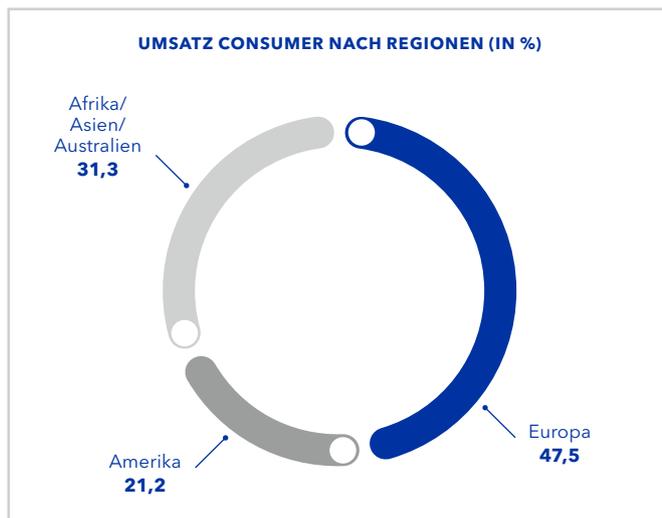
Der Umsatz in **Osteuropa** lag organisch um 6,3% über dem Vorjahr. Diese Tendenz war unter anderem durch ein zweistelliges Wachstum in Bulgarien und der Ukraine bedingt, sowie durch die positive Entwicklung in den anderen osteuropäischen Ländern. Besonders gut entwickelten sich die Kategorien NIVEA SUN, Face & Deo und Eucerin Face, Sun & Body in der Region.

In der Region **Amerika** konnte ein starkes organisches Umsatzwachstum von 15,9% erzielt werden. Nominal lag der Umsatz mit 1.302 Mio.€ um 12,9% über dem Vorjahr (1.153 Mio.€).

In **Nordamerika** konnte ein positives organisches Umsatzwachstum von 13,0% erzielt werden. Als wesentliche Wachstumstreiber stellten sich die Marken Coppertone, Aquaphor und Eucerin heraus.

In **Lateinamerika** konnte ebenfalls ein sehr gutes organisches Umsatzwachstum von 18,8% erzielt werden. Aufgrund der Wechselkurseffekte stieg der Umsatz in der Region nominal um 15,4%. In fast allen Ländern zeigte sich ein Umsatzwachstum, besonders stark in Brasilien und Mexiko. Neben NIVEA stellte sich Eucerin als wesentlicher Wachstumstreiber heraus.

Der Umsatz in der Region **Afrika/Asien/Australien** erreichte organisch einen Umsatzanstieg von 8,9%. Nominal stieg der Umsatz um 6,7% auf 1.917 Mio.€ (Vorjahr: 1.795 Mio.€). Besonders positiv sind die Umsätze in Indien, der Türkei und Nigeria ausgefallen. Negativ entwickelten sich hingegen die Umsätze aufgrund des Rückgangs der Märkte in Südkorea, Taiwan und Vietnam. Besonders NIVEA Face, Body, Sun und Deo entwickelten sich sehr gut. Eucerin und La Prairie konnten ebenfalls ein starkes Wachstum in der Region erreichen, insbesondere in China.



tesa

UMSATZENTWICKLUNG UNTERNEHMENSBEREICH TESA (IN MIO. €)

	01.01. - 31.12.2020	01.01. - 31.12.2021	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	715	766	7,1	8,3
Amerika	194	225	15,9	18,9
Afrika/Asien/Australien	416	507	22,1	20,1
Gesamt¹	1.325	1.498	13,1	13,6

¹ Die Gesamtsumme setzt sich aus den Umsätzen der tesa Bereiche Direct Industries, Trade Markets und Others zusammen.

tesa konnte in 2021 in einem weiterhin von der COVID-19-Pandemie beeinflussten Marktumfeld ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum von 13,6% erzielen. Der Verkauf der tesa scribos GmbH im 3. Quartal, sowie positive Wechselkurseffekte beeinflussten diese Entwicklung leicht um 0,5 Prozentpunkte. Nominal erhöhte sich der Umsatz damit von 1.325 Mio.€ im Vorjahr um 13,1% auf 1.498 Mio.€.

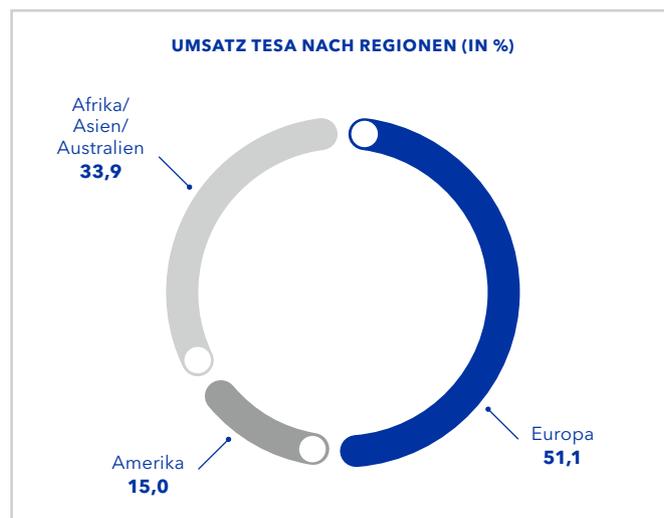
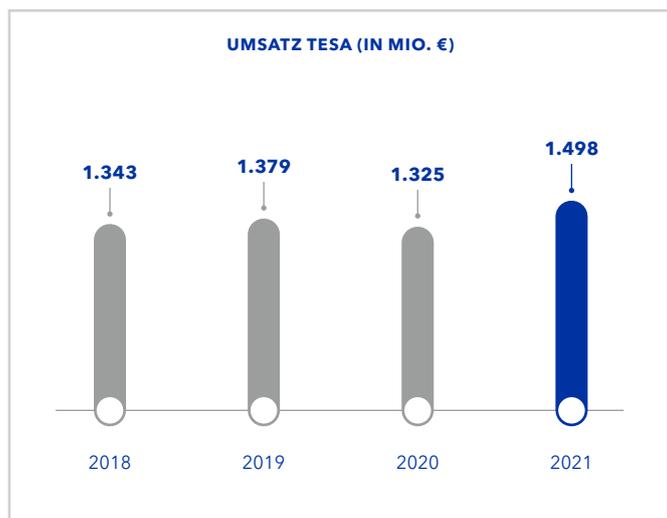
In **Europa** erhöhte sich der Umsatz organisch um 8,3%. Das Geschäft im Bereich Trade Markets konnte nach einem, ebenfalls durch die Pandemie beeinflussten, sehr guten Vorjahr wiederum deutlich wachsen. Dabei entwickelte sich der Umsatz im Endverbrauchergeschäft positiv, auch über digitale Absatzkanäle. Der Bereich Direct Industries zeigte deutliche Umsatzzuwächse, insbesondere durch die Erholung am Automobilmarkt im ersten Halbjahr. Nominal erreichte tesa in Europa einen Umsatz von 766 Mio.€ (Vorjahr: 715 Mio.€). Der Anteil am Konzernumsatz reduzierte sich auf 51,1% (Vorjahr: 53,9%).

Amerika erreichte eine sehr positive Umsatzentwicklung und wuchs organisch um 18,9%. Der Umsatz im Bereich Direct Industries konnte sich nach dem starken Einbruch aufgrund der COVID-19-Pandemie deutlich erholen und verzeichnete insbesondere im ersten Halbjahr 2021 einen deutlichen

Zuwachs der Umsätze in den Bereichen Building Industries und Flexodruck sowie auf dem Automobilmarkt. Der Umsatz der Region erhöhte sich nominal um 15,9% auf 225 Mio.€ (Vorjahr: 194 Mio.€). Der Anteil am Konzernumsatz erhöhte sich auf 15,0% (Vorjahr: 14,7%).

In **Asien** wurde ein organisches Umsatzwachstum von 20,1% erreicht, gefördert durch das Projektgeschäft mit Produkten für die Elektronikindustrie. Gleichzeitig zeigte sich auch in dieser Region, insbesondere in der ersten Jahreshälfte, die Erholung im Automobilsektor. Der Umsatz in dieser Region erhöhte sich nominal um 22,1% auf 507 Mio.€ (Vorjahr: 416 Mio.€). Der Anteil am Konzernumsatz erhöhte sich auf 33,9% (Vorjahr: 31,4%).

Das EBIT ohne Sondereffekte erhöhte sich auf 253 Mio.€ (Vorjahr: 204 Mio.€). Die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag bei 16,9% (Vorjahr: 15,4%). Die Sondereffekte im Unternehmensbereich tesa in Höhe von 0 Mio.€ beinhalten eine Wertminderung auf den Goodwill von tesa Twinlock in Höhe von 9 Mio.€, die Erlöse aus dem Verkauf der tesa scribos GmbH in Höhe von 9 Mio.€ sowie geringfügige Aufwendungen für das „Care Beyond Skin“-Programm. Das Ergebnis nach Sondereffekten betrug 253 Mio.€ (Vorjahr: 196 Mio.€), die EBIT- Umsatzrendite lag bei 16,8% (Vorjahr: 14,8%).



Direct Industries

Der Umsatz im Bereich **Direct Industries** von tesa erholte sich deutlich und konnte im Jahr 2021 zweistellig zulegen. Dabei erwiesen sich die Erholung der Märkte nach der COVID-19-Pandemie, insbesondere in der Automobilindustrie, aber auch ein erfolgreiches Projektgeschäft in den Bereichen Consumer Electronics, Flexodruck und Building Industry als Treiber. Wachstum erzielte tesa insbesondere in Asien, aber auch in Nordamerika und Europa konnte der Bereich zweistellig zulegen und verzeichnete organisch ein Umsatzwachstum von 16,6%. Nominal erhöhte sich der Umsatz um 16,1% auf 894 Mio. € (Vorjahr: 770 Mio. €). Der Anteil des Bereichs Direct Industries am Gesamtumsatz lag bei 59,7% (Vorjahr: 58,1%).

Im Bereich **Consumer Electronics** konnte tesa erneut einen Umsatzanstieg verzeichnen und sich als wichtiger Anbieter innovativer Produkte und Lösungen für die Herstellung von Smartphones und Tablets behaupten. Wachstumsimpulse gaben dabei vor allem die Sortimente zur Gehäuseverklebung bei Smartphones. Dank der erfolgreichen Innovationsaktivitäten von tesa gelang es, mit diesen Klebebändern wichtige Anwendungen weiterzuentwickeln.

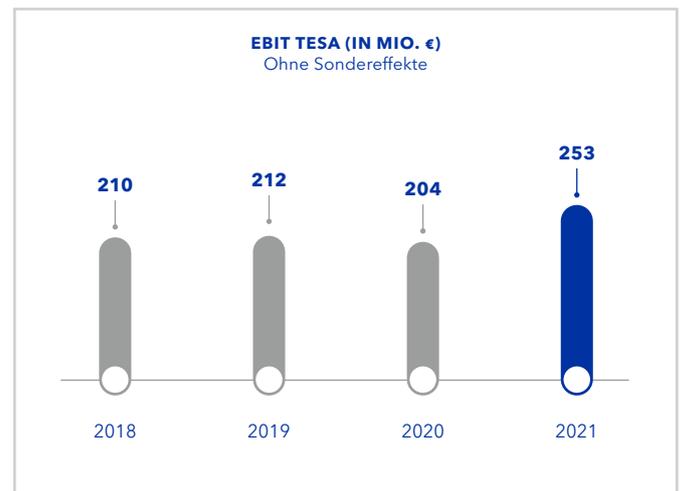
Die Bereiche **Automobil und Electrical Systems** haben sich im Jahr 2021 positiv gegenüber dem Vorjahr entwickelt, insbesondere in den Wachstumsmärkten in Asien. Dabei hat sich die Marktdynamik zu Beginn des Jahres aufgrund der Engpässe in der Halbleiterindustrie in der zweiten Jahreshälfte abgeschwächt. Deutliches Wachstum konnte mit innovativen Anwendungen in den Bereichen der Elektromobilität und bei der Verklebung von Elementen zur Digitalisierung des Automobils erzielt werden. Die Erweiterung des Produktportfolios sowie Investitionen in Forschung & Entwicklung wurden fokussiert vorangetrieben und folgen der Transformation in der Automobilindustrie.

Im Bereich **Druck und Papier** konnte tesa seine Geschäftstätigkeit besonders im Marktsegment Flexodruck weiter ausbauen. Das starke Produktsortiment wurde zudem durch die Portfolioerweiterung im Bereich selbsthaftender Druckhülsen in den vergangenen Jahren deutlich erweitert und tesa profitiert weiterhin von einem global wachsenden Markt in der Verpackungsindustrie.

Der Bereich **Building Industry** zeigte erneut eine starke Entwicklung. Die positive Umsatzdynamik ist vor allem auf das nordamerikanische Geschäft mit luft- und wasserdichten Verklebungen in der Bau- und Bauzulieferindustrie zurückzuführen.

Der Bereich **Pharma** hatte im Jahr 2020 von der COVID-19-Pandemie profitiert, da dort tesa Produkte hergestellt werden, die von der EU als versorgungspflichtig eingestuft worden waren. Daraus erfolgte bei der Pharmakundschaft ein Aufbau der Risikobestände, was im Jahr 2021 wiederum zu einem geringeren Absatz geführt hat.

Zum tesa Angebot gehörten bis zum 31. August 2021 auch die Lösungen zur digitalen Vernetzung von Markenprodukten der tesa scribos GmbH, die zum 1. September an die KURZ Gruppe veräußert wurde.



Trade Markets

Der Umsatz im Bereich **Trade Markets** erhöhte sich organisch um 9,1%, was nominal einem Umsatzwachstum von 8,6% auf 597 Mio. € (Vorjahr: 550 Mio. €) entspricht. Damit trug der Bereich im Berichtsjahr mit 39,8% (Vorjahr: 41,5%) zum Gesamtumsatz des Unternehmensbereichs tesa bei.

Das Sortiment im **industriellen Handelsgeschäft** wurde weiter optimiert und ausgebaut. Hier sind insbesondere neue Produktentwicklungen im Bereich der nachhaltigen Klebebänder hervorzuheben. Das Geschäft mit den industriellen Handelspartner*innen entwickelt sich deutlich besser als erwartet.

Nach einem sehr erfolgreichen Vorjahr ist das Geschäft mit privaten Endverbraucher*innen und professionellen Handwerker*innen - **Consumer & Craftsmen** - in Europa und Lateinamerika erneut gewachsen. Das Geschäft im Vertriebskanal Baumarkt litt in einigen Ländern unter Marktschließungen aufgrund partieller Lockdowns. Dieser Effekt konnte durch ein weiterhin starkes Wachstum in digitalen Absatzkanälen sowie eine gute Entwicklung bei den professionellen Handwerker*innen kompensiert werden. In Lateinamerika erzielte das Geschäft ein herausragendes Wachstum. Dies war einerseits bedingt durch die Erholung der Märkte nach einem aufgrund der COVID-19-Pandemie schwachen Jahr 2020. Andererseits trugen die Erschließung neuer Märkte und die Einführung neuer Sortimente zu diesem Wachstum bei.

Das Jahr 2021 war geprägt durch ein breites Wachstum bei Klebebändern, insbesondere bei den Verpackungs- und Markierklebebändern für private Endverbraucher*innen und Handwerker*innen. Dies gilt sowohl für den Retailverkauf, als auch für den Onlinehandel. Im saisonalen Geschäft mit den Produkten für Insektenschutz konnte tesa seine Marktposition weiter ausbauen. In der Kategorie Badaccessoires unter der Marke tesa®, also Produkten, die sich mit der innovativen „nie wieder bohren“-Technologie einfach und schnell montieren lassen, wurden die starken Umsätze aus dem Vorjahr bestätigt. Im E-Commerce legte der Absatz der tesa-Produkte erneut deutlich zu, was zu signifikanten Marktanteilsgewinnen führte. Dabei konnte der Consumer Bereich insbesondere den Direktverkauf über digitale Marktplätze an den Endverbraucher*innen weiter ausbauen.

Vermögenslage

BILANZ KONZERN (IN MIO. €)

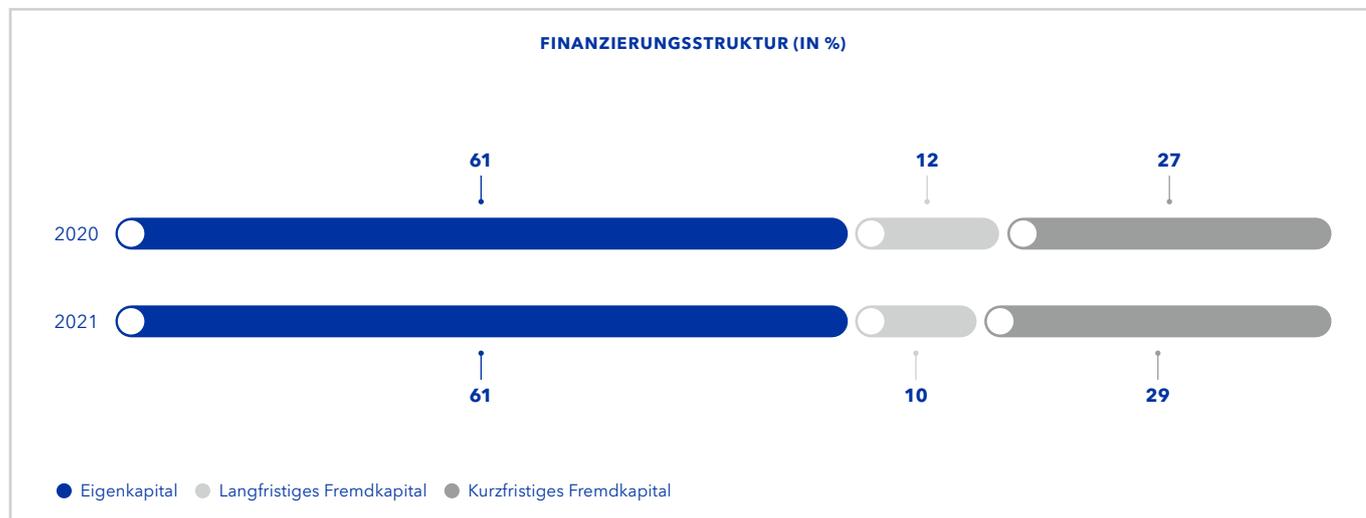
Aktiva	31.12.2020	31.12.2021
Langfristige Vermögenswerte	5.929	6.668
Vorräte	1.001	1.144
Übrige kurzfristige Vermögenswerte	2.270	2.451
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.005	1.036
	10.205	11.299
Passiva	31.12.2020	31.12.2021
Eigenkapital	6.263	6.894
Langfristige Rückstellungen	1.090	935
Langfristige Verbindlichkeiten	103	145
Kurzfristige Rückstellungen	504	582
Kurzfristige Verbindlichkeiten	2.245	2.743
	10.205	11.299

Die langfristigen Vermögenswerte stiegen um 739 Mio.€ auf 6.668 Mio.€ (Vorjahr: 5.929 Mio.€). Die langfristigen Wertpapiere erhöhten sich dabei um 522 Mio.€ auf 3.937 Mio.€ (Vorjahr: 3.415 Mio.€). Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte lagen bei 413 Mio.€ (Vorjahr: 280 Mio.€). Davon entfielen 376 Mio.€ (Vorjahr: 236 Mio.€) auf den Unternehmensbereich Consumer und 37 Mio.€ (Vorjahr: 44 Mio.€) auf den Unternehmensbereich tesa. Die Investitionen betrafen im Wesentlichen die Standortsicherung und -erweiterung sowie die Kapazitätsausweitung in den Produktionsstätten, aber auch den Bau der neuen Konzernzentrale. Die Abschreibungen lagen bei 287 Mio.€ (Vorjahr: 257 Mio.€). Die Vorräte stiegen um 143 Mio.€ auf 1.144 Mio.€ (Vorjahr: 1.001 Mio.€). Die übrigen kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich auf 2.451 Mio.€ (Vorjahr: 2.270 Mio.€). Darin enthalten sind kurzfristige Wertpapiere in Höhe von 616 Mio.€ (Vorjahr: 647 Mio.€). Der Rückgang in dieser Position ist im Wesentlichen auf das Auslaufen einzelner Papiere und die Anlage in längerfristige Wertpapiere zurückzuführen. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten

sich um 62 Mio.€ auf 1.306 Mio.€ (Vorjahr: 1.244 Mio.€). Die Ertragsteuerforderungen betragen 207 Mio.€ (Vorjahr: 169 Mio.€), die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte stiegen um 58 Mio.€ auf 198 Mio.€ (Vorjahr: 140 Mio.€).

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erhöhten sich auf 1.036 Mio.€ (Vorjahr: 1.005 Mio.€). Die Nettoliquidität (Zahlungsmittel, Zahlungsmitteläquivalente zuzüglich lang- und kurzfristiger Wertpapiere abzüglich kurzfristiger Bankverbindlichkeiten sowie lang- und kurzfristiger Leasingverbindlichkeiten) stieg um 376 Mio.€ auf 5.066 Mio.€ (Vorjahr: 4.690 Mio.€). Die kurzfristigen Bankverbindlichkeiten erhöhten sich um 124 Mio.€ auf 341 Mio.€ (Vorjahr: 217 Mio.€). Im Hinblick auf die anhaltenden Niedrigzinsen im Euroraum werden auch kurzfristige Kreditaufnahmen zur Unterstützung des Managements von Finanzanlagen und Bankguthaben genutzt.

FINANZIERUNGSSTRUKTUR (IN %)



Die Summe der langfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten lag bei 1.080 Mio. € (Vorjahr: 1.193 Mio. €). In dieser Position sind enthalten die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen, die sich im Wesentlichen durch die Erhöhung des Zinssatzes auf 808 Mio. € reduzierten (Vorjahr: 972 Mio. €). Im Zusammenhang damit stiegen die latenten Steuerverbindlichkeiten auf 38 Mio. € (Vorjahr: 13 Mio. €). Die Summe der kurzfristigen

Rückstellungen und Verbindlichkeiten erhöhte sich durch den Anstieg der kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten sowie die Erhöhung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 576 Mio. € auf 3.325 Mio. € (Vorjahr: 2.749 Mio. €). Der Eigenkapitalanteil betrug 61 % (Vorjahr: 61 %). Der Anteil des langfristigen Fremdkapitals lag bei 10 % (Vorjahr: 12 %), der Anteil des kurzfristigen Fremdkapitals bei 29 % (Vorjahr: 27 %).

Finanzlage

KAPITALFLUSSRECHNUNG KONZERN (IN MIO. €)

	2020	2021
Brutto-Cashflow	802	897
Mittelveränderung Nettoumlaufvermögen	182	96
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	984	993
Cashflow aus investiver Tätigkeit	-731	-845
Free-Cashflow	253	148
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-317	-141
Sonstige Veränderungen	-76	24
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-140	31
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	1.145	1.005
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.12.	1.005	1.036

Der Brutto-Cashflow betrug im Berichtsjahr 897 Mio. € und lag damit um 95 Mio. € über dem Wert des Vorjahrs.

Aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens ergab sich ein Mittelzufluss in Höhe von 96 Mio. € (Vorjahr: 182 Mio. €). Dem Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und kurzfristigen Rückstellungen um 436 Mio. € standen der Anstieg der Vorräte um 145 Mio. € sowie der Veränderungen und sonstigen Vermögenswerte um 195 Mio. € gegenüber.

Der Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit betrug im Berichtsjahr 845 Mio. € (Vorjahr: 731 Mio. €). Den Zins- und sonstigen Finanzeinzahlungen in Höhe von 61 Mio. €, Einzahlungen aus dem Verkauf von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen in Höhe von 45 Mio. €, Einzahlungen aus dem Verkauf von Tochtergesellschaften sowie assoziierten Unternehmen und sonstigen Beteiligungen in Höhe von 18 Mio. € standen Nettoinvestitionszahlungen für den Erwerb von Wertpapieren in Höhe von 551 Mio. €, Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 413 Mio. € sowie Auszahlungen für Investitionen in assoziierte Unternehmen und sonstige Beteiligungen in Höhe von 5 Mio. € gegenüber.

Der Free-Cashflow lag mit 148 Mio. € um 105 Mio. € unter dem Wert des Vorjahrs (253 Mio. €). Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von 141 Mio. € (Vorjahr: 317 Mio. €) setzte sich aus der Auszahlung der Dividende der Beiersdorf AG in Höhe von 159 Mio. € sowie sonstigen Finanzeinzahlungen in Höhe von 18 Mio. € zusammen.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erreichten 1.036 Mio. € (Vorjahr: 1.005 Mio. €).

Finanzierung und Liquiditätsvorsorge

Die Absicherung von Währungs-, Zins- und Ausfallrisiken sowie die Anlage der flüssigen Mittel stehen im Zentrum des Finanzmanagements von Beiersdorf. Außerdem ist die Bereitstellung der Liquidität für den Konzern ein vorrangiges Ziel. Art und Umfang der Transaktionen orientieren sich am operativen und finanziellen Grundgeschäft. Zur Ermittlung des Liquiditätsbedarfs werden Szenariorechnungen und rollierende Zwölfmonats-Cashflow-Planungen eingesetzt. Einzelheiten zum Risikomanagement im Finanzbereich finden sich im Konzernanhang (Erläuterungen zur Bilanz, Abschnitt 28).

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage

GESAMTAUSSAGE ZUR WIRTSCHAFTLICHEN LAGE DES KONZERNS

	Ergebnis 2020	Prognose 2021 Geschäftsbericht 2020	Prognose 2021 H1-Bericht 2021	Prognose 2021 9M-Quartalsmitteilung 2021	Ergebnis 2021
Umsatzwachstum (organisch)					
Consumer (in %)	-6,6	positiv	im höheren einstelligen Bereich	7 - 9	8,8
tesa (in %)	-1,5	positiv	im höheren einstelligen Bereich	11 - 13	13,6
Konzern (in %)	-5,7	positiv	im höheren einstelligen Bereich	8 - 10	9,7
EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte)					
Consumer (in %)	12,3	auf Vorjahresniveau	auf Vorjahresniveau	auf Vorjahresniveau	12,1
tesa (in %)	15,4	unter Vorjahr	auf Vorjahresniveau	über dem Vorjahresniveau	16,9
Konzern (in %)	12,9	auf Vorjahresniveau	auf Vorjahresniveau	auf Vorjahresniveau	13,0

Insgesamt stand das Berichtsjahr unter dem Einfluss der flächendeckenden Auswirkungen der COVID-19-Pandemie. Der **Konzern** erreichte einen Umsatz von 7.627 Mio.€ (Vorjahr: 7.025 Mio.€). Der Umsatz war organisch um 9,7 % über dem Vorjahreswert (Vorjahr: Rückgang um 5,7 %). Das EBIT ohne Sondereffekte erreichte 993 Mio.€ (Vorjahr: 906 Mio.€). Die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag bei 13,0% (Vorjahr: 12,9%).

Der Unternehmensbereich **Consumer** konnte sich im Jahr 2021 positiv entwickeln. Die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeitenden und Partner*innen sowie der Service für Kundschaft und Verbraucher*innen hatten weiterhin höchste Priorität. Anfang des Jahres wurde außerdem im Zuge der Präsentation der Finanzergebnisse 2020 ein 300 Millionen Euro schweres Investitionsprogramm vorgestellt. Die Schwerpunkte liegen hierbei insbesondere bei den Strategiesäulen Digitalisierung, Nachhaltigkeit und White Spots (Erschließung neuer Märkte). Die zusätzlichen Investitionen stellen sicher, dass Beiersdorf optimal für die Zukunft aufgestellt ist und agil auf sich ergebende Marktchancen reagieren kann.

Der Unternehmensbereich Consumer konnte im Jahr 2021 ein organisches Umsatzwachstum von 8,8% erzielen. Dabei zeigte sich eine durchgehende Erholung sowohl auf Marken- als auch auf Regionsebene und dies trotz der volatilen Gesamtlage mit weiterhin starken Einschränkungen im Reiseverkehr. Das Wachstum von NIVEA wurde im Einklang mit dem Strategiefokus

speziell durch das Wachstum im Skin Care Bereich getrieben. La Prairie erholte sich deutlich, angeführt von einem starken Geschäft rund um China. Auch die Bereiche Healthcare und Derma konnten zweistellige organische Umsatzzuwächse verzeichnen und liegen damit auch weit über dem Vor-Corona-Niveau von 2019. Auf Regionsebene ist besonders das signifikante Umsatzwachstum in Lateinamerika und den USA hervorzuheben. Das betriebliche Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte) und die entsprechende EBIT-Umsatzrendite lagen trotz signifikanter Investitionen zur Umsetzung der Strategie auf einem ähnlichen Niveau wie im Vorjahr. Für Consumer lag die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte bei 12,1% (Vorjahr: 12,3%).

Der Unternehmensbereich **tesa** konnte 2021 in einem weiterhin von der COVID-19-Pandemie beeinflussten Marktumfeld ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum von 13,6% erzielen. Dabei verzeichneten sowohl der Bereich Direct Industries, der die direkten Geschäfte mit Industriekundschaft abbildet, als auch der Bereich Trade Markets, welcher die Umsätze im Endverbrauchergeschäft beinhaltet, eine deutliche Umsatzsteigerung. In einem weiterhin schwierigen globalen Marktumfeld zeigten insbesondere die Bereiche Electronics und Automotive eine deutlich positive Umsatzentwicklung. Das betriebliche Ergebnis (EBIT ohne Sondereffekte) und die EBIT-Umsatzrendite lagen über dem Vorjahr. Für tesa lag die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte bei 16,9% (Vorjahr: 15,4%).

Beiersdorf AG

Geschäftstätigkeit

Die Beiersdorf AG mit Sitz in Hamburg ist das Mutterunternehmen des Beiersdorf Konzerns. Zum 31. Dezember 2021 beschäftigte die Beiersdorf AG 2.412 (Vorjahr: 2.318) Mitarbeitende. Die Anzahl der in dieser Zahl nicht enthaltenen Auszubildenden und Trainees lag bei 121 (Vorjahr: 129).

Die Beiersdorf AG führt das deutsche Consumer-Geschäft und erbringt typische Leistungen einer Holdinggesellschaft für Konzerngesellschaften. Neben dem eigenen operativen Geschäft verwaltet die Beiersdorf AG ein umfangreiches Beteiligungportfolio und ist direkt oder indirekt Mutterunternehmen für über 170 Tochtergesellschaften weltweit. In der Beiersdorf AG werden zudem die zentralen Planungs-/Controlling-, Supply-Chain-, Treasury- und Human-Resources-Funktionen sowie der Großteil der Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten für das Consumer-Geschäft ausgeführt.

Das operative Geschäft der Beiersdorf AG stellt einen Teil der Geschäftstätigkeit des Beiersdorf Konzerns dar. Die Steuerung erfolgt unternehmens-

übergreifend auf Basis der im Abschnitt „Leitung und Kontrolle“ des zusammengefassten Lageberichts beschriebenen zentralen Leistungsindikatoren. Ein vollständiger Einblick in diese Leistungsindikatoren kann nur auf Konzernebene gewonnen werden.

Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Beiersdorf AG ist sowohl durch ihre eigene Geschäftstätigkeit als auch durch die Geschäftstätigkeit ihrer Tochterunternehmen in Form von Lizenz- und Dividendenerträgen geprägt. Die wirtschaftliche Lage der Beiersdorf AG entspricht somit grundsätzlich der wirtschaftlichen Lage des Gesamtkonzerns. Auch die Risiken und Chancen sowie der Ausblick der Beiersdorf AG, insbesondere hinsichtlich der COVID-19-Pandemie, entsprechen weitestgehend denen des Konzerns.

Grundlagen der Abschlusserstellung

Der Jahresabschluss der Beiersdorf AG wird nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB) und des Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt. Die für den Jahresabschluss relevanten Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex wurden berücksichtigt.

Ertragslage Beiersdorf AG

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER BEIERSDORF AG NACH HGB (IN MIO. €)

	2020	2021
Umsatzerlöse	1.289	1.336
Sonstige betriebliche Erträge	30	35
Materialaufwand	-287	-286
Personalaufwand	-290	-332
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-42	-41
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-647	-727
Betriebsergebnis	53	-15
Beteiligungsergebnis	215	212
Zinsergebnis	-31	-45
Übrige finanzielle Erträge und Aufwendungen	-10	3
Finanzergebnis	174	170
Ergebnis vor Steuern	227	155
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-33	-32
Jahresüberschuss	194	123
Einstellung in andere Gewinnrücklagen	-18	-
Entnahmen aus anderen Gewinnrücklagen	-	53
Bilanzgewinn	176	176

Die **Umsatzerlöse** der Beiersdorf AG stiegen im Berichtsjahr wieder auf das Niveau vor der COVID-19-Pandemie um 47 Mio.€ auf 1.336 Mio.€ (Vorjahr: 1.289 Mio.€). Dabei entwickelten sich die Produktumsätze von

NIVEA Face Care, NIVEA SUN und Eucerin besonders erfreulich. In Deutschland wurden 988 Mio.€ (Vorjahr: 991 Mio.€) der Umsatzerlöse erzielt, im Ausland 348 Mio.€ (Vorjahr: 298 Mio.€).

Das **Betriebsergebnis** ging aufgrund deutlich größeren Aufwendungen in Digitalisierung, höheren Marketingaufwendungen sowie gestiegenen Personalaufwendungen um 68 Mio. € auf -15 Mio. € zurück.

Das **Finanzergebnis** verringerte sich gegenüber dem Vorjahr um 4 Mio. €. Der Rückgang resultiert aus einem um 3 Mio. € geringeren Beteiligungsergebnis und einem um 14 Mio. € verschlechtertem Zinsergebnis, während das übrige finanzielle Ergebnis sich um 13 Mio. € verbesserte.

Das **Ergebnis vor Steuern** lag dementsprechend mit 155 Mio. € um 72 Mio. € deutlich unter dem Vorjahresergebnis.

Der **Jahresüberschuss** erreichte 123 Mio. € (Vorjahr: 194 Mio. €) und lag damit um 71 Mio. € unter dem Vorjahreswert.

Vermögens- und Finanzlage Beiersdorf AG

BILANZ DER BEIERSDORF AG NACH HGB (IN MIO. €)

Aktiva	31.12.2020	31.12.2021
Immaterielle Vermögensgegenstände	170	140
Sachanlagen	137	139
Finanzanlagen	5.501	6.328
Anlagevermögen	5.808	6.607
Vorräte	3	4
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	634	693
Wertpapiere	346	82
Flüssige Mittel	51	1
Umlaufvermögen	1.034	780
Rechnungsabgrenzungsposten	6	6
Aktive latente Steuern	74	98
	6.922	7.491
Passiva	31.12.2020	31.12.2021
Eigenkapital	2.800	2.764
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	605	656
Übrige Rückstellungen	266	305
Rückstellungen	871	961
Verbindlichkeiten	3.251	3.766
	6.922	7.491

Das **Anlagevermögen** stieg im Vergleich zum Vorjahr deutlich um 799 Mio. € an. Dieser Anstieg ist im Wesentlichen auf den Erwerb von langfristigen Staats- und Industriefinanzen zurückzuführen. Bei den Sachanlagen standen Investitionen von 13 Mio. € Abschreibungen von 11 Mio. € gegenüber.

Das **Umlaufvermögen** verminderte sich im Geschäftsjahr um 254 Mio. € auf 780 Mio. €. Darin enthalten sind kurzfristige Wertpapiere in Höhe von 82 Mio. € (Vorjahr: 346 Mio. €). Der Rückgang in dieser Position ist im Wesentlichen auf eine verstärkte Neuanlage der Mittel in langfristigen Wertpapieren zurückzuführen. In den Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen sind im Wesentlichen Finanzforderungen gegenüber verbundenen Unternehmen enthalten.

Die **Verbindlichkeiten** sind im Vergleich zum Vorjahr um 515 Mio. € auf 3.766 Mio. € gestiegen. Dies ist im Wesentlichen durch einen Anstieg von Finanzverbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen begründet.

Das in der Bilanz ausgewiesene Gesamtvermögen von 7.491 Mio. € (Vorjahr: 6.922 Mio. €) ist in Höhe von 2.764 Mio. € (Vorjahr: 2.800 Mio. €) und damit zu 37 % (Vorjahr: 40 %) durch **Eigenkapital** finanziert.

Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung eine **Dividende** in Höhe von 0,70 € (Vorjahr: 0,70 €) je dividendenberechtigter Stückaktie vorschlagen.

Risikobericht

Risiken und Chancen

Der Beiersdorf Konzern ist im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit einer Vielzahl von Risiken und Chancen ausgesetzt. Diese resultieren unter anderem aus dem unternehmerischen Handeln mit dem Ziel, Chancen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu erschließen und zu nutzen. Risiken und Chancen umfassen spezifische Ereignisse und Entwicklungen, die mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit eintreten und wesentliche negative bzw. positive finanzielle und nichtfinanzielle Auswirkungen auf die Erreichung der Ziele des Beiersdorf Konzerns haben können. Beiersdorf setzt ein integriertes Risiko- und Chancenmanagementsystem ein, um die wesentlichen Risiken frühzeitig zu erkennen, zu bewerten und konsequent durch gegensteuernde Maßnahmen zu begrenzen. Dieses System wird in der Konzernzentrale koordiniert.

Integriertes Risiko- und Chancenmanagementsystem

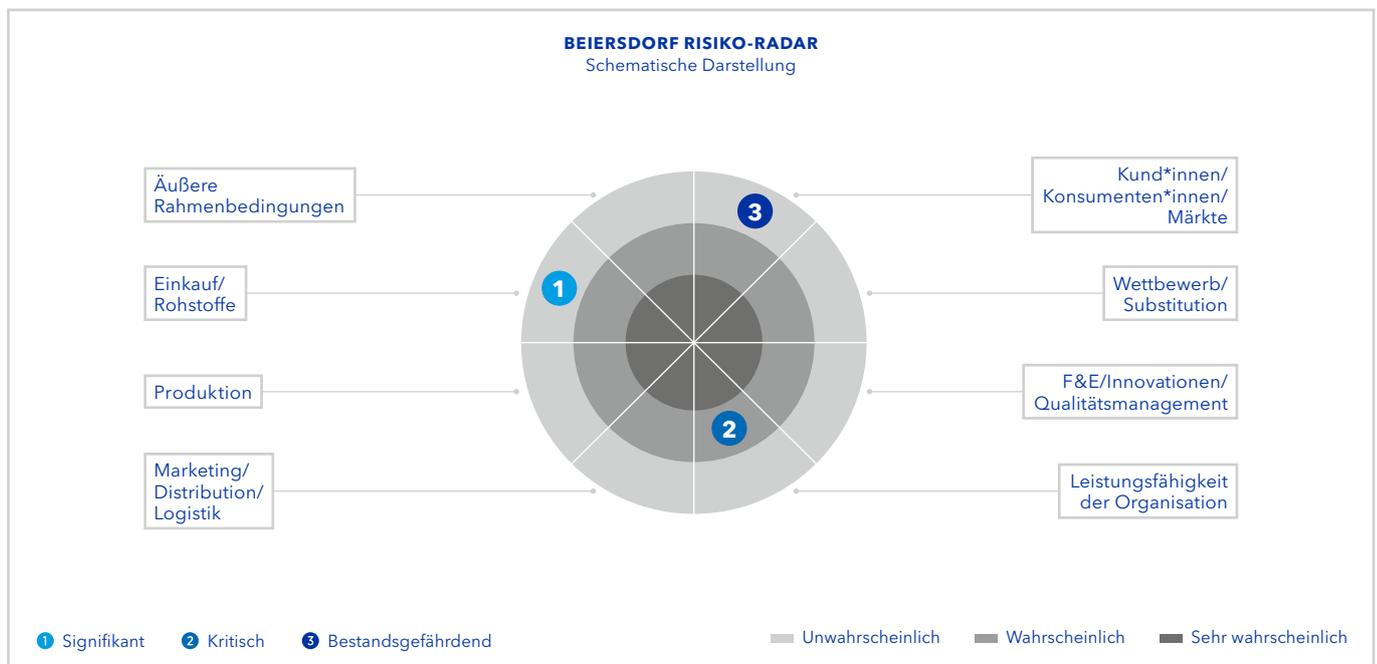
Im Beiersdorf Konzern ist das Risiko- und Chancenmanagementsystem ein integraler Bestandteil der zentralen und dezentralen Planungs-, Steuerungs- und Kontrollprozesse in den einzelnen Gesellschaften, den Management Units und Regionen, auf Ebene der Unternehmensbereiche Consumer und tesa sowie auf Konzernebene. Ergänzt wird das Risiko- und Chancenmanage-

ment durch die jeweiligen rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsysteme, die verschiedenen in- und externen Überwachungsgremien - unterstützt von der internen Revision - sowie die externen Prüfer. Das ebenso hier zu nennende Compliance-Management wird im Kapitel „Nichtfinanzielle Erklärung“ ausführlich beschrieben.

Das Chancen- und Risikomanagement orientiert sich direkt an der Unternehmensstrategie und unterstützt Beiersdorf dabei, seine Potenziale zu erkennen und optimal auszuschöpfen. So ermöglichen beispielsweise regelmäßig durchgeführte Kundschafts- und Wettbewerbsanalysen eine zeitnahe Reaktion auf das dynamische Marktgeschehen. Aus den gewonnenen Erkenntnissen werden dabei konkrete Marktchancen und -risiken abgeleitet.

Beiersdorf geht Risiken aktiv nur dann ein, wenn diesen die Chance auf eine angemessene Wertsteigerung entgegensteht und sie mittels anerkannter Methoden und Maßnahmen innerhalb der jeweiligen Organisation handhabbar sind. In Fällen, in denen eine vollständige Vermeidung von Risiken nicht möglich oder sinnvoll ist, werden sie durch geeignete Maßnahmen reduziert oder auch auf Dritte transferiert, beispielsweise auf Versicherungsunternehmen.

Im Risikomanagementprozess werden mittels periodisch vorgenommener Inventuren die wesentlichen Risiken gemeinsam mit den risikosteuernden Maßnahmen strukturiert identifiziert, bewertet, dokumentiert sowie nachfolgend kommuniziert. Die entsprechenden Grundsätze, Reporting- und Rückkopplungsprozesse sowie Verantwortlichkeiten sind in einer konzernweit gültigen Richtlinie geregelt. Diese wird regelmäßig aktualisiert, im Jahr 2021



BEIERSDORF RISIKODARSTELLUNG

	Eintrittswahrscheinlichkeit	Potenzielle finanzielle Auswirkung
Strategische Risiken	Unwahrscheinlich	Signifikant
	Wahrscheinlich	Kritisch
	Sehr wahrscheinlich	Bestandsgefährdend
Funktionale & operative Risiken	≤ 10 %	Gestaffelte Größenklassen für Umsatz-/Ergebniseffekte
	> 10 % - ≤ 50 %	
	> 50 % - ≤ 90 %	
	> 90 %	

u.a. aufgrund des überarbeiteten Prüfungsstandards des Instituts der deutschen Wirtschaftsprüfer IDW PS 340 n.F., dessen Anforderungen Beiersdorf, wie am Ende dieses Kapitel dargestellt, berücksichtigt hat.

Beiersdorf unterscheidet strategische, funktionale und operative Risiken. Dabei werden unter strategischen Risiken grundsätzliche Rahmenbedingungen, Entwicklungen und Ereignisse betrachtet, die geeignet sein könnten, das Geschäftsmodell des Konzerns oder seiner Unternehmensbereiche wesentlich zu beeinflussen. Funktionale Risiken sind geschäftsmodellimmanente Herausforderungen. Ihnen wird von den verschiedenen Fachfunktionen in aller Regel auf globaler oder regionaler Ebene sowohl durch dauerhafte aufbau- und ablauforganisatorische als auch durch konkrete Einzelmaßnahmen begegnet. Insbesondere im strategischen und funktionalen Risikomanagement sind auch die mit dem Klimawandel verbundenen Chancen und Risiken integriert. Operative Chancen und Risiken sind Sachverhalte, die die konkreten kurzfristigen Umsatz- und Ergebnisentwicklungen unserer Konzerngesellschaften beeinflussen können.

Diesen Risikokategorien sind adäquate Betrachtungszeiträume zugeordnet, die für strategische Risiken grundsätzlich fünf Jahre, für funktionale Risiken in der Regel zwei Jahre und für kurzfristige operative Risiken ein Jahr betragen.

Die Darstellung einzelner Risiken erfolgt in der konzerninternen Berichterstattung einheitlich durch Positionierung innerhalb des sogenannten Risiko-Radars. Die verschiedenen Felder spiegeln die für die Gesellschaft wesentlichen unternehmensinternen und -externen Themenbereiche zusammengefasst wider, aus denen sich Ursachen für Risiken ergeben können. Die auf der vorherigen Seite aufgeführte Grafik (Beiersdorf Risiko-Radar) zeigt schematisch die Struktur des Risiko-Radars von strategischen Risiken.

Zudem werden die Risiken pro Kategorie auf der Grundlage ihrer jeweiligen Eintrittswahrscheinlichkeit sowie der potenziellen finanziellen und nicht-finanziellen Auswirkungen bei Eintritt des Risikos klassifiziert. Es werden Nettorisiken betrachtet, deren Eintrittswahrscheinlichkeit und deren Auswirkungen nach Durchführung von risikosteuernden Maßnahmen - bzw. bei Vorliegen konkreter Planungen unter deren Berücksichtigung - ermittelt werden. Dies gilt ab 2021 vor dem Hintergrund des neuen Prüfungsstandards auch bei strategischen Risiken, die bisher brutto betrachtet worden waren.

Vorstand und Aufsichtsgremien werden regelmäßig auf Ebene der Unternehmensbereiche Consumer und tesa sowie auf Konzernebene über die Risikolage informiert. Daneben stellen direkte Informationswege sicher, dass plötzlich auftretende, wesentliche Risiken darüber hinaus sofort der Unternehmensführung gemeldet werden. Auch steht das zentrale Risikomanagement im kontinuierlichen Austausch mit den Task Forces zu wesentlichen Themen wie der globalen COVID-19-Pandemie.

In Ergänzung zu der aus den Vorjahren gewohnten Auseinandersetzung mit den wesentlichen Risiken und Chancen haben sich Vorstand und Aufsichtsrat in diesem Jahr intensiv mit den Anforderungen des neuen Prüfungsstandards IDW PS 340 n.F. beschäftigt. Dabei lag der Schwerpunkt auf dem expliziten Vergleich des qualitativ und quantitativ aggregierten Risikoportfolios mit der finanziellen Gesamt-Risikotragfähigkeit. Dabei war das Ziel, zu ermitteln, ob auf dieser Basis die bisherige Gesamtbeurteilung der Risikolage (siehe unten) verändert werden müsste.

Zur Sicherstellung einer höchstmöglichen Transparenz und Nachvollziehbarkeit wurde die finanzielle Risikotragfähigkeit von Beiersdorf auf Basis der durchschnittlichen Nettoliquidität ermittelt (zur Ermittlung siehe Kapitel zur Vermögenslage). Dabei wurde der für die Entwicklung der Nettoliquidität

bei der mehrperiodigen Betrachtung heranzuziehende verfügbare Free-Cashflow lediglich um die vorher abgezogenen Investitionen in Wertpapiere sowie Effekte aus vergangenen M&A-Transaktionen wieder bereinigt. Die Ermittlung der Risikotragfähigkeit basiert damit auf einem sehr konservativen Ansatz, da sie grundsätzlich mögliche, und durchaus bedeutsame, kurzfristige Erhöhungen unserer Liquidität bewusst außer Acht lässt, die in tatsächlichen Krisensituationen abgestuft eingesetzt werden könnten.

Zu diesen Erhöhungen zählten z.B. die Neubeschaffung und/oder Erhöhung von Kreditlinien, die Auflösung stiller Reserven, die Veräußerung von Anlagevermögen, einzelnen Geschäftsfeldern oder den im Bestand befindlichen eigenen Aktien bis hin zu zeitweiser Aussetzung der Dividendenzahlung oder Verringerung der beabsichtigten Investitionen in den Markt oder die Erhaltung / den Ausbau unseres Anlagevermögens. Zuletzt haben wir sowohl bei der Nettoliquidität als auch bei der Cashflow-Größe nur den Durchschnittswert der letzten fünf Jahre angesetzt und nicht die höheren aktuellen Werte.

Den neuen Prüfungsstandard IDW PS 340 n.F. haben wir abschließend auch benutzt, um unsere im Konzern-Risikohandbuch definierten risikopolitischen Grundsätze noch einmal im Vorstand und Aufsichtsrat zu bestätigen und bei der Vergleichsbewertung mit einfließen zu lassen. Als Ergebnis des Vergleichs lässt sich festhalten, dass das derzeitige Risikoportfolio im relevanten Betrachtungszeitraum der nächsten zwei Jahre selbst bei einem vollständigen und gleichzeitigen Eintreten aller Einzelrisiken nicht im Stande wäre, auch nur annähernd eine bestandsgefährdende finanzielle Situation herbeizuführen.

Darstellung der wesentlichen Risiken und Chancen

Strategische und funktionale Risiken und Chancen

Erhalt und Ausbau des Werts unserer großen verbrauchernahen Marken mit ihrer breiten Tragfähigkeit sind für die wirtschaftliche Entwicklung von Beiersdorf weiterhin von entscheidender Bedeutung. Wesentlich hierfür ist das immer wieder neu zu bestätigende Vertrauen unserer Kund*innen und insbesondere der Konsument*innen unserer Produkte. Wir haben unser Risikomanagementsystem darauf ausgerichtet, dieses Vertrauen jederzeit in vollem Umfang zu rechtfertigen und so den Wert unserer Marken dauerhaft und erfolgreich zu schützen. Wir prüfen kontinuierlich unsere internen Prozesse in allen Bereichen des Unternehmens, um bei eventuellem Auftreten von potenziell rufschädigenden bzw. -gefährdenden Vorgängen angemessen, sachlich korrekt und wirkungsvoll reagieren zu können. Wir gehen davon aus, dass dies, gemeinsam mit allen im Folgenden beschriebenen Aktivitäten zur Qualität unserer Produkte und unseres gesamten Marktauftrittes, dazu beitragen kann, dass es bei trotz allem auftretenden möglichen Reputationsproblemen zu keinem kritischen Sachverhalt kommen kann. Gleichzeitig erlauben uns u.a. die umfangreichen Maßnahmen, die wir sowohl in der Umsetzung als auch in der Kommunikation in Bezug auf Nachhaltigkeit, Diversity und weitere Aspekte der Corporate Social Responsibility (CSR) realisiert haben, die Eintrittswahrscheinlichkeit der **Risiken für die Reputation unserer Marken und unseres Unternehmens** insgesamt als gering einzustufen.

Die Einhaltung hoher Standards hinsichtlich Qualität und Sicherheit sowie die stetig verbesserte Umweltverträglichkeit unserer Produkte und Verpackungen bilden die Basis für das nachhaltige Vertrauen der Konsument*innen in unsere Marken. Über den gesamten Beschaffungs-, Herstellungs- und Distributionsprozess hinweg unterliegen unsere Produkte durchgängig den hohen Anforderungen unseres globalen Qualitätsmanagementsystems. Bei der Neuentwicklung von Produkten führen wir eine intensive Sicherheitsbewertung durch, die auch Rückmeldungen von Verbraucher*innen in Betracht zieht sowie in steigendem Maße berücksichtigt, welche Auswirkungen unsere Produkte auf die Umwelt haben. **Risiken aufgrund von Qualitätsproblemen** schätzen wir daher maximal als begrenzte Einzelfälle mit in aller Regel sehr begrenzter Auswirkung ein, deren Auftreten eher unwahrscheinlich ist.

Mit Hilfe des „Consumer Insights“-Prozesses nehmen wir die sich kontinuierlich wandelnden Wünsche der Verbraucher*innen zeitnah auf und lassen diese in unsere Produktentwicklungen einfließen. In der abgelaufenen Periode haben wir die Kontaktmöglichkeiten insbesondere mit unserer Endkundschaft daher weiter ausgebaut. Hierzu nutzen wir eine wachsende Anzahl von Plattformen in den Bereichen E-Commerce, Social Media und in der direkten Ansprache durch eigene Internetauftritte sowie immer vielfältigere Instrumente.

Neben weiteren Nachhaltigkeitskriterien beachten wir insbesondere die Diskussionen zur Vermeidung von bestimmten Verpackungs- und Einsatzmaterialien, u. a. durch das aufmerksame Monitoring des „European Green Deals“. Auf die aktuelle Diskussion über die Verwendung von Plastik in Produkten und Verpackungen reagieren wir sowohl mit einer neuen Plastikkreislaufstrategie als auch mit der Entwicklung konkreter Produkte und dem Einsatz nachhaltiger Verpackungs- und Nutzungskonzepte. Wir schätzen **Risiken aus dem sich verändernden Verhalten der Konsument*innen** als weiterhin eher kritisch und wahrscheinlich, im Zusammenhang mit den oben genannten Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekten sogar als sehr wahrscheinlich ein. Gleichzeitig sind wir jedoch auch davon überzeugt, dass unsere konsequent verfolgten, freiwilligen Selbstverpflichtungen, z. B. unser Klimaziel zur Reduktion von Treibhausgas-Emissionen, die Entwicklung von weiteren Konzepten zur Eindämmung der Klimawandelfolgen und der neuen Produkte, uns helfen werden, Marktchancen zu generieren, die wir, wenn und soweit wir das abschätzen können, weitgehend auch in unseren Planungen bereits berücksichtigt haben.

Starke Marken mit ihrer Balance von Innovation und Kontinuität und einem klaren Nutzen für die Verbraucher*innen sind unsere Antwort auf den sich **weltweit verschärfenden Preis-, Qualitäts- und Innovationswettbewerb**, der sich sowohl auf der Preis- als auch auf der Kostenseite realisiert. Im Rahmen eines breit angelegten „Value Engineering“-Projektes sind wir auf der intensiven Suche nach Kostensenkungspotenzialen im gesamten Wertschöpfungsprozess. Daneben prüfen wir, teils auch in speziell dafür abgestellten Task Forces, die Wirksamkeit spezifischer Marketingaktivitäten in den wichtigen Marktsegmenten. Im Vertriebsbereich überwachen wir kontinuierlich die Effekte aus der erfolgsabhängigen Konditionen- und Promotionssteuerung. Negative Auswirkungen aus den beschriebenen Tätigkeiten des Wettbewerbs halten wir damit zwar weiterhin für potenziell kritisch, deren durchschlagende Erfolgswahrscheinlichkeit aber eher für gering.

Kompetenzbasierte Marken, die kontinuierlich für die Konsument*innen relevante neue Produkte bereitstellen, erfordern hohe Vorleistungen in den Bereichen Innovation und Marketing. Durch die enge Verzahnung der beteiligten Konzernfunktionen mit dem operativen Geschäft identifizieren wir frühzeitig kommerzielle Chancen aus dem Vorsprung unserer Forschungs- und Entwicklungsarbeit und sichern diese dauerhaft durch entsprechende Schutzrechte. Selbstverständlich berücksichtigen und respektieren wir bei der Neuentwicklung unserer Produkte die bestehenden Rechte Dritter. Aufgrund unserer vielfältigen Prüf- und Kontrollprozesse schätzen wir mögliche **Angriffe Dritter auf unsere Markenrechte, Produktnamen oder die Verwendung bestimmter Inhaltsstoffe** zwar weiterhin als wahrscheinlich ein, das Risiko aus einem möglichen Erfolg dieser Aktivitäten auf unsere Arbeit aber lediglich noch als maximal signifikant. Gleichzeitig sind wir jedoch auch davon überzeugt, dass es uns mit ausreichender Wahrscheinlichkeit gelingen wird, auch weiterhin **relevante Innovationen** erfolgreich in allen Marktsegmenten einzubringen. Dabei haben wir jedoch u. a. aufgrund einer bewusst konservativen Herangehensweise nur weitgehend marktreife Neuigkeiten bereits in unsere mittelfristigen Planungsüberlegungen einbezogen.

Durch eine am nachhaltigen Erfolg unserer Marktaktivitäten orientierte Steuerung stellen wir sicher, dass wir sowohl marken- und produktbezogen als auch regional in zukunftssträchtige Märkte investieren. Wir betreiben hierzu aktiv u. a. das Screening neuer Geschäftsfelder sowie die selektive Beteiligung an Start-ups (einschließlich sogenannter Accelerator-Programme), durch die wir spezialisiertes Know-how aus Forschung und Entwicklung schnell für uns nutzbar machen können. In unsere konkreten Planungen haben wir dabei nur bereits greifbare Ergebnisse einfließen lassen. Auch hier halten wir über unsere Planungen hinausgehende, zusätzliche **Marktchancen** zwar für möglich, Umfang und Wahrscheinlichkeit bewerten wir im Rahmen aber eher bewusst als gering.

Risiken in der Beschaffung bezüglich Verfügbarkeit, Liefertreue und den am Ende der Betrachtungsperiode stark gestiegenen Kosten bei Rohstoffen und Waren sowie der Inanspruchnahme von Dienstleistungen begegnen wir sowohl durch ein kontinuierliches Monitoring unserer Märkte und Lieferant*innen als auch durch ein adäquates Vertragsmanagement sowie eine gezielte Steuerung der Aktivitäten in Bezug auf Umfang, Zeitpunkt und Frequenz der einzelnen Einkäufe. Strategische Partnerschaften sind dabei wichtige Bestandteile der aktiven Steuerung unseres Lieferant*innenportfolios ebenso wie interne Programme, die die Agilität der gesamten Wertschöpfungskette und deren Resilienz bei Störungen sicherstellen sollen. Damit tragen wir den stetig **wachsenden globalen politischen und wirtschaftlichen Unsicherheiten** sowie den von uns aktuell erwarteten, kurz- und mittelfristigen Auswirkungen des Klimawandels Rechnung. Gleiches gilt für die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, mit denen wir den Zugang zu unseren Beschaffungsmärkten dauerhaft sicherstellen. Dabei setzen wir insbesondere auf spezielle lokale bzw. regionale Lieferketten. Gleichzeitig achten wir beim Gesamtaufbau unserer weltweiten Produktions- und Logistikstruktur stets auch auf die entsprechende Verfügbarkeit von qualifizierten Mitarbeitenden und deren Weiterbildung. Auf der Grundlage dieser vielfältigen Aktivitäten und den in unseren Planungen bereits enthaltenen Erwartungen schätzen wir die zusätzlichen strategischen bzw. funktionalen Risiken in diesem Zusammenhang als kritisch, aber mit Ausnahme einer **erratischen Entwicklung wie der aktuellen Pandemie**, als nur bedingt wahrscheinlich ein.

Im Bereich unserer IT-Systeme konnten wir auch 2021 die Sicherheit, Verfügbarkeit, Zuverlässigkeit und Effizienz gegen interne und externe Attacken weiter erhöhen. Die in den letzten Jahren vorgenommenen Verbesserungen an unserer IT- Infrastruktur und der mobilen Ausstattung der Belegschaft haben wesentlich dazu beigetragen, dass wir 2021 jederzeit flexibel auf die sich in Abhängigkeit von der Pandemie ändernden Rahmenbedingungen reagieren konnten. Wesentlich unterstützt wurde dies durch die weitergehende Standardisierung unserer Anwendungssoftware, u.a. speziell in den Vertriebssystemen, sowie die konsequente Nutzung Cloud-basierter Lösungen. Wir ordnen **Risiken im Zusammenhang mit Aufbau und Funktionsweise unserer IT** daher insgesamt für Beiersdorf als lediglich signifikant, aber weiterhin als wahrscheinlich ein.

Das europaweit im Einsatz befindliche Datenschutzsystem hilft uns Tag für Tag, einen sicheren Umgang mit sensiblen Daten unseres Unternehmens und unserer Geschäftspartner*innen und Konsument*innen zu gewährleisten, z.B. bei der Entwicklung und Nutzung unserer Auftritte in den sozialen Medien oder bei der Entwicklung neuer Softwarelösungen. Gleichzeitig versetzt es uns in die Lage, die gestiegenen Informations- und Dokumentationspflichten erfolgreich umzusetzen. Daneben bilden klare Verhaltensregeln und transparente Führungsstrukturen, begleitet von umfangreichen Schulungs- und Kontrollaktivitäten, für uns die Basis, um den **internen und weiter steigenden externen Compliance-Risiken** zu begegnen. In diesem Zusammenhang monitoren und bewerten wir intensiv die sich aus den „Schrems II“-Regelungen ergebenden Auswirkungen auf unser Unternehmen. Auch haben wir damit begonnen, das Datenschutz-Management auch über die europäischen Grenzen hinweg auszurollen. Risiken aus diesen Themenkreisen schätzen wir in aller Regel weiterhin als weniger wesentlich und eher unwahrscheinlich ein.

Kooperationen und Kontakte mit Universitäten ermöglichen uns die frühzeitige Verbindung zu qualifizierten Nachwuchskräften, die wir durch spezielle Einstiegsprogramme auf eine Karriere bei Beiersdorf vorbereiten. Unser weltweit einheitlicher Talentmanagementprozess identifiziert und fördert talentierte Fach- und Führungskräfte auf allen Ebenen und unterstützt die qualifizierte Nachbesetzung von wichtigen Positionen im ganzen Unternehmen. Die bekannte Attraktivität von Beiersdorf als Arbeitgeber unterstützen wir durch vielfältige, glaubhafte Aktivitäten in den Bereichen Diversity, Corporate Citizenship, Sustainability etc. **Risiken im Rahmen der weltweiten Personalbeschaffungsaktivitäten** stellen für uns weiterhin kein wesentliches Risiko dar.

Ein detailliertes Monitoring unserer Kundschaftsbeziehungen sowie ein aktives Forderungsmanagement wirken **Risiken durch Forderungsausfälle** entgegen. In der abgelaufenen Periode haben wir daneben unsere Warenkreditversicherung komplett überarbeitet und sind so in der Lage, sie unseren Konzerngesellschaften auf globaler Basis und zu sehr guten Konditionen anzubieten. Währungs-, Zins- und Liquiditätsrisiken unterliegen einem aktiven Treasury Management auf Basis einer weltweit geltenden Richtlinie. Sie werden weitestgehend zentral gesteuert und gesichert. Dabei werden die spezifischen Anforderungen an die organisatorische Trennung der Funktionsbereiche Handel, Abwicklung und Kontrolle beachtet.

Potenzielle Ausfallrisiken im Zusammenhang mit der Anlage der Konzernliquidität werden dadurch begrenzt, dass Anlagen nur bei definierten sicheren Kontrahenten erfolgen. Das Kontrahentenrisiko überwachen wir täglich anhand von Ratings und haftendem Eigenkapital der Kontrahenten sowie fortlaufend aktualisierten Risikoindikatoren. Mit Hilfe dieser Parameter werden Höchstbeträge für Anlagen bei Partnerbanken und Wertpapieremittenten ermittelt (Kontrahentenlimits), denen wir die tatsächlich getätigten konzernweiten Anlagen gegenüberstellen. Wir haben den überwiegenden Teil unserer Liquidität in risikoarmen Titeln angelegt (z.B. Staats-/Industrieanleihen und Pfandbriefe). Die schriftlich niedergelegte Investitionsstrategie wird regelmäßig mit unserem internen Kontrollgremium und dem Aufsichtsrat abgestimmt. **Marktrisiken aus der Anlage unserer freien Liquidität** schätzen wir daher weiterhin als nicht wesentlich und eher unwahrscheinlich ein.

Klare Zuordnungen von Verantwortlichkeiten, zentrale Regeln zur grundlegenden Begrenzung finanzieller Risiken und die bewusste Ausrichtung der eingesetzten Instrumente auf die konkreten Erfordernisse unserer Geschäftstätigkeit sind Ausdruck des finanzbezogenen Risikomanagements von Beiersdorf. Spezielle und weitergehende Informationen zum Ausmaß der Währungs-, Zins-, Ausfall- und Liquiditätsrisiken finden sich im Konzernanhang im Abschnitt 28 „Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten, Finanzrisikomanagement und derivativen Finanzinstrumenten“.

Kurzfristige operative Risiken und Chancen

Wie in vielen anderen Themenfeldern auch, stellen die mit der globalen **COVID-19-Pandemie** einhergehenden bzw. darauf basierenden wirtschaftlichen Krisen, Volatilitäten und Engpasssituationen in den für uns wesentlichen Beschaffungs- und Absatzmärkten weiterhin die bestimmenden Faktoren bei der Analyse und Bewertung der operativen Risiken dar. Insbesondere die aktuellen Materialpreissteigerungen mit noch unklarer weiterer Entwicklung stellen eine signifikante Herausforderung für unsere Margen- und Profitabilitätsentwicklung dar. Wir gehen allerdings davon aus, dass die einzelnen Konzerngesellschaften in ihren Planungen die auf Basis der jeweiligen Marktbeobachtungen abgeschätzten maßgeblichen Effekte soweit berücksichtigt haben, dass aus heutiger Betrachtung über das eingeplante Volumen hinaus wesentliche zusätzliche Negativfolgen weiterhin als eher weniger wahrscheinlich erachtet werden können.

Das grundsätzliche Risiko einer Pandemie hatten wir seit vielen Jahren in den funktionalen Risiken mit entsprechenden Maßnahmen abgebildet. In der aktuell abgelaufenen Periode hat sich unsere letztjährige Einschätzung der möglichen Folgen bei weiter deutlich begrenzter Eintrittswahrscheinlichkeit nicht verändert.

Die **verbleibenden, wichtigen operativen Nettorisiken** ergeben sich wie in der Vorperiode ausschließlich aus rechtlichen oder steuerlichen Verfahren sowie aus Betriebsprüfungen. Diese Risiken wurden soweit möglich durch interne und externe Expert*innen angemessen und mit Vorsicht bewertet. Einschätzungen zu Verlauf und Ergebnissen von Rechtsstreitigkeiten sind mit erheblichen Unsicherheiten verbunden. Auf Basis der derzeit vorliegenden Informationen sind wesentliche Belastungen für den Konzern jedoch mit überwiegender Wahrscheinlichkeit nicht zu erwarten.

Weitere Informationen und Einzelheiten zum Ausmaß der hier beschriebenen Risiken finden sich im Konzernanhang im Abschnitt 29 „Haftungsverhältnisse, sonstige finanzielle Verpflichtungen und rechtliche Risiken“.

Monitoring der Risiken und Chancen

Das formale Monitoring der strategischen und funktionalen Risiken inkl. der entsprechenden mitigierenden Maßnahmen findet einmal jährlich auf Resort- und Gesamtvorstandsebene statt. Daneben begleiten diese Themen natürlich ebenso wie die Beachtung unserer risikopolitischen Grundsätze jede wesentliche Geschäftsentscheidung, die auf den verschiedenen Ebenen im Unternehmen getroffen wird.

Das Monitoring der operativen Risiken und Chancen erfolgt in Ergänzung zu den oben genannten Berichten kontinuierlich im Rahmen des finanziellen Planungs-, Forecasting- und Reportingprozesses auf lokaler, regionaler und zentraler Ebene. Hierbei wird darauf geachtet, dass unter Berücksichtigung getroffener bzw. konkret geplanter Maßnahmen, z.B. auch durch Bildung von Rückstellungen, alle eher wahrscheinlichen Umsatz- und Ergebniseffekte angemessen in unsere Finanzdarstellung direkt einfließen. Unter Führung der Konzerncontrollingfunktion gemeinsam mit dem Risikomanagement, der internen Revision und weiterer relevanter Controlling-Funktionen wird dies zusätzlich durch einen monatlichen Review wesentlicher Finanzkennzahlen der Konzerngesellschaften ergänzt, um potenziell kritische Entwicklungen schnell und zielgerichtet mit den Beteiligten anzusprechen und ggf. Korrekturmaßnahmen einleiten zu können.

Aktuelle Informationen zur Risikoentwicklung fließen somit auch unterjährig in die Steuerungs- und Planungssysteme der Unternehmenseinheiten ein und sind Gegenstand der Entscheidungs- und Kontrollprozesse. Durch die direkte Verzahnung von Risikoinventur- und Planungsprozess wird das Risikomanagementsystem kontinuierlich weiterentwickelt und ein unternehmensweites Risikobewusstsein verankert.

Zusammenfassende Darstellung der Risikolage

Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Einschätzung der Eintrittswahrscheinlichkeit und/oder der möglichen finanziellen Auswirkung der oben genannten Risiken und Chancen nicht wesentlich verändert. Aufgrund des strukturellen Wechsels von der Brutto- zur Nettodarstellung erfolgt die Bewertung lediglich unter veränderter Ausgangslage, nämlich nach der Einbeziehung der mitigierenden Maßnahmen.

Auch unter Berücksichtigung der aktualisierten Einschätzungen sowie insbesondere auf Basis der neu herangezogenen Gegenüberstellung des quantitativ wie qualitativ aggregierten Risiko-Gesamtportfolios mit der, wie bereits erwähnt, sehr konservativ ermittelten Risikotragfähigkeit des Beiersdorf Konzerns ergibt sich keine grundlegende Änderung der Risikolage. Vielmehr sieht sich Beiersdorf in der Überzeugung bestärkt, dass nach heutiger Einschätzung weiterhin keine bestandsgefährdenden Risiken, weder für den Beiersdorf Konzern insgesamt noch für einzelne Segmente unseres Geschäftes, vorliegen.

Rechnungslegungsbezogenes internes Kontrollsystem

Ziel des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems ist es, durch Implementierung geeigneter Grundsätze, Verfahren und Kontrollen die Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der Buchführung und der Finanzberichterstattung des Abschlusses und des Lageberichts des Beiersdorf Konzerns sowie der Beiersdorf AG entsprechend den gesetzlichen Vorschriften sowie den relevanten Rechnungslegungsstandards sicherzustellen.

Der Umfang und die Ausrichtung des eingerichteten internen Kontrollsystems wurden durch den Vorstand anhand der konzernspezifischen Anforderungen ausgestaltet. Das rechnungslegungsbezogene interne Kontrollsystem besteht aus den Komponenten Kontrollumfeld, Risikobeurteilungsprozess, Kontrollaktivitäten, Information, Kommunikation und Überwachung.

Im Rahmen einer Analyse wurden die Posten und Positionen mit den wesentlichen Risiken für den Abschluss identifiziert, denen anschließend die zu Grunde liegenden Prozesse zugeordnet wurden. Für diese Prozesse wurden konzernweit präventive, überwachende und aufdeckende Sicherungs- und Kontrollmaßnahmen im Rechnungswesen, in der Informationsverarbeitung und in operativen Funktionen definiert. Zu den Maßnahmen zählen unter anderem Funktionstrennungen, manuelle und IT-gestützte Genehmigungsprozesse nach dem Vier-Augen-Prinzip, IT-Kontrollen, Zugriffsbeschränkungen und Berechtigungskonzepte im IT-System sowie systemgestützte Verfahren zur Verarbeitung konzernrechnungslegungsbezogener Daten. Eine Aktualisierung dieser Maßnahmen erfolgt regelmäßig.

Die wesentlichen Rechnungslegungsprozesse der Beiersdorf AG und der meisten Tochtergesellschaften werden durch Shared Service Center einheitlich - in Teilen mit Hilfe vollautomatisierter Prozesse - abgedeckt. Die rechnungslegungsbezogene Berichterstattung der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochtergesellschaften sowie die Konsolidierung erfolgen weitgehend mit Hilfe standardisierter IT-Systeme. Verfahrensanweisungen, standardisierte Meldeformate und IT-gestützte Berichts- und Konsolidierungsprozesse unterstützen die rechnungslegungsbezogene Berichterstattung.

Der Konzernabschluss basiert auf einer von der Beiersdorf AG vorgegebenen Bilanzierungsrichtlinie. Auf Basis einer kontinuierlichen Analyse von Änderungen im regulatorischen Umfeld hinsichtlich Relevanz und Auswirkungen erfolgt eine laufende Anpassung dieser Richtlinie.

Auch der Rechnungslegungsprozess sowie die Einhaltung der Kontrollanforderungen und der Bilanzierungsrichtlinie von den in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften werden regelmäßig überprüft und bei Bedarf angepasst.

Weiterhin gilt, dass auch angemessen und funktionsfähig eingerichtete Systeme keine absolute Sicherheit hinsichtlich der richtigen, vollständigen und zeitnahen Erfassung von Sachverhalten in der Rechnungslegung gewährleisten. Insbesondere persönliche Ermessensentscheidungen, fehlerbehaftete Kontrollen, kriminelle Handlungen oder sonstige Umstände können nicht vollständig ausgeschlossen werden. Im Falle ihres Auftretens können sie zur eingeschränkten Wirksamkeit und Verlässlichkeit des internen Kontrollsystems führen.

Unabhängige Überwachung

Die Aufsichtsgremien und die interne Revision sind mit prozessunabhängigen Prüfungstätigkeiten in das interne Kontrollsystem des Beiersdorf Konzerns eingebunden. Die interne Revision beurteilt systematisch die Integrität der Finanzbuchhaltung, die Effektivität des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems und des Risiko- und Chancenmanagementsystems sowie die Einhaltung der Compliance-Regeln. Als prozessunabhängige Instanz prüft sie risikoorientiert die Geschäftsprozesse, die installierten Systeme, die implementierten Kontrollen und die finanzielle Abbildung der Geschäftsvorgänge. Die Erkenntnisse aus den Prüfungen werden für eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Steuerung sowie der präventiven und detektiven Kontrollen genutzt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden die systemseitigen Voraussetzungen geschaffen, um ab dem ersten Quartal 2022 die Durchführung der entsprechenden Kontrollen zunächst des Order-to-Cash sowie des Purchase-to-Pay Prozesses im Rahmen eines standardisierten Monitoring-Tools global zu überwachen.

Des Weiteren beurteilt der Konzernabschlussprüfer gemäß § 317 Abs. 4 HGB die Funktionsfähigkeit des Risikofrüherkennungs- und -überwachungssystems. Die interne Revision sowie der Konzernabschlussprüfer berichten regelmäßig die Prüfungsergebnisse an die Aufsichtsgremien.

Der Prüfungsausschuss der Beiersdorf AG überwacht insbesondere den Rechnungslegungsprozess sowie die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems und des internen Revisionssystems. Dabei werden neben Standard-Berichten regelmäßig auch vertiefende Analysen zu einzelnen Grundsatz- und/oder aktuell relevanten Themen zur Information herangezogen.

Prognosebericht

Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenfaktoren

Die Einschätzung der **globalen** wirtschaftlichen Entwicklung unterliegt auch für das Jahr 2022 weiterhin einer beträchtlichen Unsicherheit bedingt durch die Corona-Pandemie, welche sich durch das Aufkommen der Omikron-Variante nochmals verstärkt haben dürfte. Es ist zu erwarten, dass Material- und Lieferengpässe die Weltwirtschaft auch in diesem Jahr belasten werden, insbesondere da wir davon ausgehen, dass China an seiner Null-COVID-Strategie festhalten wird, wodurch sich das Risiko von Störungen der Lieferketten erhöht. Ebenso ist weiterhin von hohen Energiepreisen auszugehen. Dennoch ist nicht davon auszugehen, dass eine Stagflation einsetzt, da wir davon ausgehen, dass die Weltwirtschaft auch im kommenden Jahr anwachsen wird. Dies ist zu erwarten, da von einer intakten Konsumnachfrage in den großen Volkswirtschaften auszugehen ist, auch wenn die globale Konjunkturdynamik zuletzt an Fahrt verlor. Es ist außerdem zu erwarten, dass die genannten Sondereffekte, welche die Inflation anheizen, nur vorübergehend anhalten und dass der Preisdruck im Jahresverlauf erkennbar nachlassen wird.

Europa sieht sich zu Beginn des Jahres, bedingt durch die Omikron-Welle, mit schwierigen Bedingungen konfrontiert und es deutet sich im ersten Quartal eine Konjunkturschwächung an. Durch die zu erwartende saisonale Besserung der pandemischen Lage dürfte die Konjunktur allerdings ab dem zweiten Quartal wieder an Fahrt aufnehmen. Es ist davon auszugehen, dass die Lieferkettenprobleme auch in diesem Jahr die Konjunktur hemmen werden. Durch den Wegfall des deutschen Mehrwertsteuereffekts 2021 und ein zu erwartendes leichtes Absinken der Energiepreise dürfte auch die Inflationsrate im Jahresvergleich wieder leicht absinken, insbesondere die Gaspreise unterliegen aufgrund der Spannungen zwischen der NATO und Russland einer hohen Unsicherheit. Im Dienstleistungssektor sind jedoch Teuerungseffekte zu erwarten, da viele Preise in diesen Bereichen die pandemiebedingten Rückgänge noch nicht wieder wettgemacht haben. Die Konjunktur wird weiterhin durch das „Pandemic Emergency Purchase Programme“ der europäischen Zentralbank gestützt, hier ist jedoch ab dem zweiten Quartal eine Verringerung geplant.

In **Deutschland** ist auch im Jahr 2022 wieder mit einem positiven Wirtschaftswachstum zu rechnen, jedoch nicht im ersten Quartal, hier ist von einer leicht negativen Quartalsrate auszugehen. Die anhaltend expansive Ausrichtung der Geld- und Fiskalpolitik, hohe Spareinlagen der Bevölkerung und die zu erwartende Besserung bezüglich der Materialengpässe in Kombination mit der guten Auftragslage der Industrie dürften eine Steigerung des Konjunkturwachstums hervorrufen, wobei der Konjunkturbeitrag der Industrie auch hier durch die Lieferkettenprobleme eingeschränkt sein wird. Zudem ist mit einer leichten Zunahme der Beschäftigungszahlen zu rechnen.

Für die **USA** ist mit einer weiteren Erholung der Wirtschaft zu rechnen, insbesondere, da sich der Arbeitsmarkt weiter verbessern dürfte. Es ist zu erwarten, dass die Produktions- und Lieferengpässe auch in 2022 anhalten

werden, was der Erholung des Warenkonsums weiterhin Grenzen setzen würde. Ebenso ist ab dem zweiten Quartal durch das Nachlassen der Omikron-Welle und damit einhergehenden Konsumzuwächsen mit einer Steigerung des Wachstums zu rechnen. Die Inflationsrate dürfte durch die Lieferkettenprobleme und die daraus zu erwartenden Preissteigerungen in der Industrie und dem Dienstleistungssektor auf einem relativ hohen Niveau bleiben.

In **Japan** erwarten wir auch für 2022 ein positives Wirtschaftswachstum, jedoch dürften die Lieferkettenprobleme und die neue Omikron-Welle einen großen Risikofaktor darstellen. Die beiden wichtigsten Handelspartnerschaften mit China und den USA sorgen zwar für Unsicherheit, andererseits wird durch die Ratifizierung des Freihandelsabkommens „Regional Comprehensive Economic Partnership“ (RCEP) insbesondere der Export nach China und Südkorea profitieren, daneben dürfte das massive Fiskalpaket der Regierung den Erholungsprozess stützen.

In den **Wachstumsmärkten** gehen wir insgesamt wieder von einem positiven Wachstum aus. Für die **chinesische** Wirtschaft rechnen wir mit einem positiven Wachstum, gestützt durch die steigende Konsumnachfrage, sowie die hohe Exportnachfrage. Jedoch bleiben der angeschlagene Immobiliensektor, der Umgang mit Corona-Ausbrüchen insbesondere in Anbetracht der Omikron-Variante und die Eingriffe seitens der Politik in den privaten Sektor starke Unsicherheitsfaktoren, ebenso wie die weitere Entwicklung rund um den Immobiliensektor Evergrande. In **Indien** erwarten wir, dass sich die Wirtschaft weiter erholt, wenn auch nicht so stark wie im Vorjahr. Auch dürfte sich die Ratifizierung des RCEP-Abkommens negativ auf die Konjunkturentwicklung Indiens auswirken. Im **Mittleren Osten** erwarten wir, dass der konjunkturelle Aufschwung nur geringfügig nachlässt, ebenso wie die Inflation trotz deutlichem Absinken auf einem insgesamt hohen Niveau bleiben dürfte. Vor allem in Afghanistan und in den umliegenden Ländern liegt jedoch aufgrund der aktuellen Situation ein hohes Maß an Unsicherheit bezüglich der Vorhersagen vor. Für die **südostasiatischen Schwellenländer** rechnen wir ebenso mit einem positiven Wirtschaftswachstum. In **Brasilien** gehen wir davon aus, dass sich die Konjunktur weiterhin positiv entwickelt, jedoch deutlich hinter den Wachstumsraten des vergangenen Jahres zurückbleibt. In **Russland** erwarten wir weiterhin ein positives Wirtschaftswachstum sowie ein Absinken der Inflationsrate.

Beschaffungsmarktentwicklung

Das Jahr 2022 startet aufgrund des derzeitigen wirtschaftlichen Umfeldes auf einem sehr hohen Materialkostenniveau. Eine substantielle Markterholung wird nicht vor dem zweiten Halbjahr erwartet. Dies erklärt sich durch die nach wie vor unsichere Lage im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie und neuen COVID-Mutationen. Kapazitätsreduzierungen bei Rohstoffen, hohe Nachfrage nach wichtigen Vorrohstoffen wie beispielsweise Aluminium, Silikon, Propan oder natürlichen Ölen, sowie eine angespannte Lage auf internationalen Logistik- und Energiemärkten bleiben erhalten. Besonders die unerwartete Drosselung chinesischer Energieproduktion mit den damit verbundenen Konsequenzen für energieintensive Vormaterialproduktionen spielt hierbei eine wichtige Rolle.

Eine Ausweitung der Nachfrage nach nachhaltigeren und oft in geringerem Maße verfügbaren Materialien wird darüber hinaus zu erhöhten Kosten führen. Bestimmte nachhaltige Materialien werden nur unter Zahlung eines bestimmten Preisaufschlags verfügbar sein. Hierbei wird auch die Ausweitung der mittel- bis langfristigen Materialsicherung vor dem Hintergrund der „Sustainability Pledges“ (Plastik, CO₂) eine wichtige strategische Rolle spielen.

Beiersdorf wird in diesem volatilen Umfeld seine Programme zur Reduzierung von Beschaffungskosten und zur Steigerung der Versorgungssicherheit mit Hochdruck weiterführen. Insgesamt rechnen wir im Jahr 2022 mit sich auf hohem Niveau stabilisierenden Materialkosten.

Absatzmarktentwicklung

Die COVID-19-Pandemie wird vor allem auch zu Beginn des Jahres 2022 einen Einfluss auf die globale Wachstumsrate haben. Im Falle einer Normalisierung und der kompletten Öffnung der klassischen Vertriebskanäle erwarten wir für das Gesamtjahr 2022 ein Marktwachstum gegenüber 2021 und eine Rückkehr des Marktumsatzes auf das Niveau von 2019. Ein stärkeres Wachstum wird vor allem in den Hautpflegekategorien und in den Wachstumsmärkten, Nordamerika und Nordostasien erwartet.

Für tesa bewerten wir die künftige Entwicklung weiterhin vorsichtig und erwarten für 2022 eine weiterhin volatile Geschäftsentwicklung. Vorsichtig planend gehen wir in Europa und Nordamerika für 2022 gegenüber dem Vorjahr von positiveren Impulsen für unser Geschäft aus. In Asien rechnen wir mit einem moderaten Wachstum, das sehr eng an die Entwicklung der chinesischen Wirtschaft gekoppelt sein wird. Dabei beeinflussen die weiterhin schwer einschätzbare künftige Entwicklung der COVID-19-Pandemie, die Entwicklung des globalen Automobilmarkts und die eher zurückhaltenden Erwartungen in der Elektronikindustrie unsere Wachstumserwartungen stark.

Unsere Chancen im Markt

Schon zum Ende des Jahres 2021 ist durch das Aufkommen neuer Coronavirus-Mutationen von einem volatilen Jahr 2022 auszugehen. Dennoch wird aufgrund der fortgeschrittenen Impfkampagnen davon ausgegangen, dass sich die Weltwirtschaft auch im Jahr 2022 erholen kann und damit erneut wächst. Durch die gezielten zusätzlichen Investitionen, insbesondere im Bereich Digital, gehen wir im neuen Jahr davon aus, dass wir im Unternehmensbereich Consumer ein über dem Markt liegendes Wachstum erzielen können. Ein zusätzlicher wesentlicher Wachstumstreiber kann die Normalisierung des Reiseverkehrs sein, der insbesondere für die Bereiche Sonnenpflege und unsere Selektivmarke La Prairie von essenzieller Bedeutung ist.

Basierend auf einer soliden Finanzstruktur und einer starken Ertragsposition in Verbindung mit unseren engagierten Mitarbeitenden werden wir mit unserem international erfolgreichen Markenportfolio auch zukünftig die Chancen nutzen, die sich uns bieten. Umfangreiche Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten für erfolgreiche, an den Wünschen der Verbraucher*innen orientierte Innovationen werden durch gezielte Marketingmaßnahmen gestützt und schaffen nachhaltiges Vertrauen bei unseren Verbraucher*innen.

Die Wachstumserwartung für tesa für das kommende Jahr liegt leicht über der Marktentwicklung. Dies gilt sowohl für das Geschäft mit Endkonsument*innen als auch für Industriekundschaft. Das Geschäft mit der Elektronikindustrie im asiatischen Raum bleibt weiterhin attraktiv, allerdings stellt der Projektcharakter der Zusammenarbeit wie bisher ein hohes Schwankungsrisiko dar. Durch die Fortführung der Investitionen in Forschung und Entwicklung und damit in innovative Produkte erwartet tesa eine Stärkung der Marktposition.

Geschäftsentwicklung

Aufgrund der dargestellten und immer noch anhaltenden COVID-19 Herausforderungen in weiten Teilen der Welt und der daraus resultierenden außergewöhnlich hohen Unsicherheit hinsichtlich der Zukunftsaussichten für die Geschäftsentwicklung, ist unsere Prognosefähigkeit wesentlich beeinträchtigt.

Unabhängig von dem Wachstum des Hautpflegemarkts werden wir weiterhin ein über dem Markt liegendes Wachstum erzielen. Wir erwarten für den globalen Hautpflegemarkt eine anhaltende Verbesserung auch in 2022. Unter dieser Annahme gehen wir für das Consumer-Geschäft von einem Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich aus. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte wird im Unternehmensbereich Consumer leicht über dem Vorjahresniveau erwartet.

Unter der gleichen Unsicherheit in Bezug auf die Marktentwicklung 2022 erwarten wir auch für das Geschäft mit tesa ein über dem Markt liegendes Umsatzwachstum. Das Umsatzwachstum wird somit im mittleren einstelligen Bereich liegen. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte wird deutlich unter Vorjahr liegen.

Auf Basis der Prognose der beiden Unternehmensbereiche gehen wir für den Konzern von einem Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich aus. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte erwarten wir für den Konzern auf Vorjahresniveau.

Hamburg, 7. Februar 2022
Beiersdorf AG

Der Vorstand

Weitere Angaben

Erklärung zur Unternehmensführung

Die zusammengefasste Erklärung zur Unternehmensführung der Beiersdorf AG und des Konzerns nach §§ 289f, 315d HGB beinhaltet die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG, Angaben zu wesentlichen Unternehmensführungspraktiken und zur Arbeitsweise und Zusammensetzung von Aufsichtsrat und Vorstand, einschließlich Angaben zur Corporate Governance des Unternehmens, zum Diversitätskonzept für den Aufsichtsrat und Vorstand und zu den gesetzlichen Vorgaben für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen. Gemäß § 317 Absatz 2 Satz 6 HGB ist die Prüfung der Erklärung zur Unternehmensführung durch den Abschlussprüfer nach §§ 289 f Absatz 2 und 5, 315d HGB darauf zu beschränken, ob die Angaben gemacht wurden.

Entsprechenserklärung

Im Dezember 2021 haben Vorstand und Aufsichtsrat die Entsprechenserklärung zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 19. Dezember 2019 (Kodex) gemäß § 161 Aktiengesetz (AktG) abgegeben. Beiersdorf erfüllt demnach mit wenigen Ausnahmen alle Empfehlungen sowie darüber hinaus alle Anregungen des Kodex. Es gibt keine Empfehlungen des Kodex, die auf Grund vorrangiger gesetzlicher Bestimmungen für Beiersdorf nicht anwendbar sind. Der Abschlussprüfer hat den Aufsichtsrat zeitnah zu informieren und im Prüfungsbericht zu vermerken, wenn er bei Durchführung der Abschlussprüfung Tatsachen feststellt, die eine Unrichtigkeit der von Vorstand und Aufsichtsrat abgegebenen Entsprechenserklärung ergeben. Die Entsprechenserklärung 2021 wurde auch auf der Internetseite der Gesellschaft unter www.Beiersdorf.de/Entsprechenserklärung dauerhaft öffentlich zugänglich gemacht.

Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats der Beiersdorf Aktiengesellschaft zu den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ gemäß § 161 AktG

Die Beiersdorf Aktiengesellschaft entsprach im Geschäftsjahr 2021 und entspricht sämtlichen Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 16. Dezember 2019 („Kodex“) mit folgenden Ausnahmen:

Empfehlung B.3

Gemäß Empfehlung B.3 soll die Erstbestellung von Vorstandsmitgliedern für längstens drei Jahre erfolgen.

Mit Wirkung zum 1. Juli 2021 hat der Aufsichtsrat Herrn Patrick Rasquinet zum Mitglied des Vorstands für einen Zeitraum von vier Jahren bestellt. Herr Rasquinet ist seit 1993 in verschiedenen Funktionen bei Beiersdorf tätig, zuletzt seit 2010 als Geschäftsführer von La Prairie, und führt wesentliche Funktionen als Vorstand für „Pharmacy & Selective“ fort. Aufgrund der internen Besetzung der Vorstandsposition hatte der Aufsichtsrat bereits vor der Erstbestellung von Herrn Rasquinet ein umfassendes Bild seiner Kenntnisse und Fähigkeiten. Eine längere Amtszeit als drei Jahre liegt aus Sicht des Aufsichtsrats daher im Interesse des Unternehmens.

Zudem hat der Aufsichtsrat Herrn Oswald Barckhahn mit Wirkung zum 15. Oktober 2021 bis zum Ablauf des 31. Dezember 2024 zum Mitglied des Vorstands bestellt. Nach einer Übergangsphase soll er die Verantwortung für das Kosmetikgeschäft in Europa und Nordamerika übernehmen. Aus Sicht des Aufsichtsrats war es im Interesse einer kontinuierlichen Unternehmensleitung geboten, Herrn Barckhahn frühstmöglich zu bestellen sowie Amtszeit und Geschäftsjahre übereinstimmen zu lassen, auch wegen der Abrechnung der variablen Vergütung. Die geringfügige Überschreitung der dreijährigen Erstbestellungsdauer liegt aus diesem Grund ebenfalls im Interesse des Unternehmens.

Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat Frau Grita Loeb sack mit Wirkung zum 1. Januar 2022 für einen Zeitraum von vier Jahren zum Mitglied des Vorstands mit Verantwortung für die Markenführung und das digitale Marketing von NIVEA bestellt. Aufgrund der herausragenden Bedeutung der Marke NIVEA und zur langfristigen Sicherstellung der Expertise von Frau Loeb sack war es aus Sicht des Aufsichtsrats im Interesse des Unternehmens geboten, die Erstbestellung auf eine Amtszeit von vier Jahren zu erstrecken.

Empfehlungen G.1 und Abschnitt G.I

Gemäß der Empfehlung G.1 soll im Vergütungssystem - neben anderen Aspekten - festgelegt werden, welche Höhe die Gesamtvergütung nicht übersteigen darf (Maximalvergütung).

Die Vergütung der Vorstandsmitglieder unterlag im Geschäftsjahr 2021 grundsätzlich einer solchen Begrenzung. Insbesondere sieht das von der Hauptversammlung im April 2021 gebilligte Vergütungssystem im Einklang mit Empfehlung G.1 und § 87a Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 AktG eine betragsmäßig festgelegte Maximalvergütung vor. Soweit für einzelne Vorstandsmitglieder nach dem alten Vergütungssystem noch eine Unternehmenswertbeteiligung bestand bzw. besteht, die auf freiwilligen Eigenbeteiligungen des jeweiligen Vorstandsmitglieds basiert (so genannte *Covered Virtual Units*), partizipiert diese an positiven und negativen Unternehmenswertentwicklungen und sieht für entsprechende Wertzuwächse weiterhin keine betragsmäßige Höchstgrenze vor. Der Aufsichtsrat hat es insoweit für sachgerecht erachtet, diesen Vorstandsmitgliedern, die - vergleichbar einer Vermögensanlage - eigene Mittel einsetzen, eine unbegrenzte Teilnahme an einer positiven Unternehmenswertentwicklung zu ermöglichen.

Darüber hinaus enthält der Kodex in Abschnitt G.I. diverse weitere Empfehlungen zur Vorstandsvergütung. Aufgrund der gesetzlichen Änderungen zur Umsetzung der zweiten Aktionärsrechterichtlinie (ARUG II), der Neufassung des Kodex und weiterer Erwägungen im Unternehmensinteresse hat der Aufsichtsrat innerhalb der dafür geltenden gesetzlichen Übergangsfrist das Vergütungssystem für die Mitglieder des Vorstands überarbeitet bzw. fortentwickelt und der ordentlichen Hauptversammlung 2021 zur Billigung vorgelegt. Soweit in dieser Entsprechenserklärung keine ausdrückliche Abweichung erklärt wird, entspricht das neue Vergütungssystem vollumfänglich den Empfehlungen des Kodex. Das alte Vergütungssystem, das vor der Billigung des aktuellen Vergütungssystems durch die Hauptversammlung 2021 galt, entsprach dagegen nicht vollumfänglich den betreffenden Empfehlungen. Dies gilt teilweise auch für die vor 2021 abgeschlossenen Vorstandsverträge, soweit sie noch nicht an das neue Vergütungssystem angepasst wurden.

Empfehlung G. 8 und G.12

Gemäß Empfehlung G.8 soll für die variablen Vergütungsbestandteile eine nachträgliche Änderung der Zielwerte oder der Vergleichsparameter ausgeschlossen sein. Darüber hinaus soll gemäß Empfehlung G.12 im Fall der Beendigung eines Vorstandsvertrags die Auszahlung noch offener variabler Vergütungsbestandteile, die auf die Zeit bis zur Vertragsbeendigung entfallen, nach den ursprünglich vereinbarten Zielen und Vergleichsparametern und nach den im Vertrag festgelegten Fälligkeitszeitpunkten oder Haltedauern erfolgen.

Mit Wirkung zum 1. Mai 2021 wurde Herr Vincent Warnery zum Vorsitzenden des Vorstands ernannt und sein Anstellungsvertrag angepasst und bis zum 31. Januar 2027 verlängert. In diesem Zusammenhang wurde seine Vergütung auf das von der Hauptversammlung 2021 gebilligte Vergütungssystem umgestellt und unter anderem die Geltung des neuen langfristigen Bonus („LTP“) vereinbart, der sich an strategischen Zielen ausrichtet. Die bisherige langfristige Unternehmenswertbeteiligung von Herrn Warnery, die überwiegend an Umsatz- und EBIT-Ziele aus dessen früherem Verantwortungsbereich anknüpfte, wurde abgerechnet und wird nach der Hauptversammlung 2022 vorzeitig ausbezahlt. Der Aufsichtsrat war insoweit der Auffassung, dass die Umstellung der langfristigen Vergütung auf strategische Ziele des Gesamtunternehmens im Interesse einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung liegt und dass die damit verbundene vorzeitige Abrechnung der bisherigen Unternehmenswertbeteiligung im Sinne einer einheitlichen Anreiz- und Steuerungswirkung auch sachgerecht und angemessen ist.

Mit der Ernennung von Herrn Warnery zum Vorsitzenden des Vorstands wurde zugleich die Bestellung von Herrn Stefan De Loecker zum 30. Juni 2021 einvernehmlich aufgehoben. In diesem Zusammenhang wurde mit ihm eine Pauschalierung und vorzeitige Auszahlung seiner langfristigen Unternehmenswertbeteiligung nach der Hauptversammlung 2022 vereinbart. Dies erfolgte im Interesse einer einvernehmlichen Nachfolge im Vorstandsvorsitz. Aufgrund der neuen langfristigen Vergütung, die für die amtierenden Vorstandsmitglieder ab 2021 an die Umsetzung strategischer Ziele anknüpft, lag die vorzeitige Abrechnung der bisherigen Unternehmenswertbeteiligung für den ausgeschiedenen Vorstandsvorsitzenden im Unternehmensinteresse, auch um eine geordnete Übergabe des Vorsitzes im Vorstand zu gewährleisten.

Empfehlung G. 7 Satz 1

Gemäß Empfehlung G.7 Satz 1 soll der Aufsichtsrat für das bevorstehende Geschäftsjahr für jedes Vorstandsmitglied für alle variablen Vergütungsbestandteile die Leistungskriterien festlegen.

Im Einklang mit dem von der Hauptversammlung 2021 gebilligten Vergütungssystem hat Aufsichtsrat in seiner Sitzung Ende August 2021 weitere strategische Ziele für den LTP festgelegt, der ab dem Geschäftsjahr 2021 gilt. Der Aufsichtsrat hielt es angesichts der Tatsache, dass die Hauptversammlung zunächst im April 2021 das Vergütungssystem billigte und der Vorstand erst im laufenden Geschäftsjahr die Mehrjahresplanung für die Jahre 2021 bis 2024 konkretisierte, für sachgerecht und angemessen, erst im Nachgang dazu - und damit rückwirkend für das Geschäftsjahr 2021 - entsprechende Ziele für die langfristige Vergütung zu beschließen. Aus den vorgenannten Gründen wurden auch die individuellen Ziele des kurzfristigen variablen Bonus für 2021 erst im Laufe des Geschäftsjahres konkretisiert und festgelegt.

Empfehlung G.10

Gemäß der Empfehlung G.10 sollen die dem Vorstandsmitglied gewährten variablen Vergütungsbeträge von ihm unter Berücksichtigung der jeweiligen Steuerbelastung überwiegend in Aktien der Gesellschaft angelegt oder entsprechend aktienbasiert gewährt werden. Über die langfristig variablen Gewährungsbeträge soll das Vorstandsmitglied erst nach vier Jahren verfügen können.

Die variable Vergütung des Vorstands, bestehend aus einem jährlichen variablen Bonus einerseits und einer langfristigen Unternehmenswertbeteiligung andererseits, wird nicht in Aktien oder entsprechend aktienbasiert angelegt, sondern nach Ablauf der maßgeblichen Bonusperiode ausschließlich bar ausbezahlt. Der Aufsichtsrat ist insoweit der Auffassung, dass das Vergütungssystem und die der variablen Vergütung zugrundeliegenden finanziellen und nichtfinanziellen Leistungskriterien auch ohne eine aktienbasierte Komponente ausreichende Anreize für eine nachhaltige und wertorientierte Unternehmensentwicklung unter angemessener Berücksichtigung der Belange der Kund*innen, Mitarbeitenden, Geschäftspartner, Aktionär*innen und weiterer Stakeholder setzt. Zugleich wird der Vorstand durch das Vergütungssystem incentiviert, die in der Unternehmensstrategie festgelegten Ziele zu verfolgen und zu erreichen.

Darüber hinaus können Vorstandsmitglieder über die langfristig variablen Gewährungsbeträge grundsätzlich erst nach vier Jahren verfügen. Im Einzelfall können Vorstandsmitglieder über diejenigen langfristigen variablen Vergütungsbeträge, die im Rahmen der Unternehmenswertbeteiligung nach dem alten Vergütungssystem durch eine etwaige Erhöhung von *Virtual Units* im Laufe der jeweiligen Bestellungsperiode oder in Form von *Covered Virtual Units* durch jährliche Zuweisung gewährt wurden, auch vor Ablauf von vier Jahren verfügen. Dies gilt für solche zusätzlichen *Virtual Units* oder *Covered Virtual Units*, die erst in den letzten drei Jahren vor Ablauf der Bonusperiode für die Unternehmenswertbeteiligung gewährt bzw. zugewiesen wurden.

Frau Loeb sack wurde darüber hinaus für 2024, und damit vor Ablauf von vier Jahren, eine Teilzahlung ihrer langfristig variablen Vergütung (LTP) zugesagt. Aus Sicht des Aufsichtsrats war es zur Gewinnung der Expertise von Frau Loeb sack und zur stärkeren Förderung ihres Beitrags zur Umsetzung der Unternehmensstrategie in den ersten zwei Jahren ihrer Amtszeit geboten, einen kurzfristigeren Vergütungsanreiz auf Grundlage einer vorläufigen LTP-Zielerreichung zu setzen.

Hamburg, im Dezember 2021
Für den Aufsichtsrat



Prof. Dr. Reinhard Pöllath
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Für den Vorstand



Vincent Warnery
Vorsitzender des Vorstands



Astrid Hermann
Mitglied des Vorstands

Unternehmensführungspraktiken

Die Beiersdorf AG und der Konzern (Unternehmensbereiche Consumer und tesa) verfolgen folgende wesentliche Unternehmensführungspraktiken:

Corporate Governance

Gute und verantwortungsbewusste Unternehmensleitung und -überwachung (Corporate Governance) haben für Beiersdorf seit jeher eine hohe Bedeutung. Erfolgsgrundlage dafür sind enge und effiziente Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat, Achtung der Interessen der Aktionär*innen, der Belegschaft und der sonstigen dem Unternehmen verbundenen Gruppen (Stakeholder*innen), offene Unternehmenskommunikation, ordnungsgemäße Rechnungslegung und Abschlussprüfung, Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen und unternehmensinterner Richtlinien sowie verantwortungsbewusster Umgang mit Risiken. Dabei ist sich Beiersdorf auch seiner gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und stellt insbesondere sicher, dass Sozial- und Umweltfaktoren sowohl in der Unternehmensstrategie und der Nachhaltigkeitsagenda als auch bei operativen Entscheidungen berücksichtigt werden.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex (Kodex) sorgt für Transparenz im Hinblick auf die gesetzlichen Rahmenbedingungen für Unternehmensleitung und -kontrolle und enthält anerkannte Standards guter, verantwortungsvoller und nachhaltiger Unternehmensführung. Der Kodex und seine Anpassungen bzw. Neufassung erforderten keine grundlegenden Änderungen bei Beiersdorf. Beiersdorf versteht Corporate Governance als fortlaufenden Prozess und entwickelt sein Verständnis hiervon stetig und sorgfältig weiter, auch außerhalb des Kodex. Dabei werden Hinweise, Anregungen und Kritik von Investor*innen und Stimmrechtsberater*innen berücksichtigt, soweit angemessen auch unter Anpassung der Corporate Governance.

Compliance

Die Einhaltung der Gesetze und internen Richtlinien (Compliance) ist für die Beiersdorf AG und den Beiersdorf Konzern (einschließlich tesa) eine unverzichtbare Grundlage erfolgreichen und nachhaltigen Wirtschaftens. Die Vorstände der Beiersdorf AG und der tesa SE haben Compliance Leitlinien erlassen, die u.a. unter www.Beiersdorf.de/Compliance_Leitlinien sowie unter www.tesa.com/de-de/ueber-uns/sustainability zu finden sind. Basierend auf unseren Compliance Risikoanalysen wurden zur Sicherstellung von Compliance unter anderem umfangreiche Kartellrechts-, Anti-Korruptions-, Datenschutz- und Kapitalmarktrechts-Compliance-Programme implementiert. Zahlreiche interne Richtlinien und Prozesse wurden zur Prävention von Rechtsverstößen speziell in diesen Schwerpunktbereichen erlassen. Angestellte und Führungskräfte werden für die genannten Themen durch regelmäßige Schulungen und vielfältige Beratungsangebote kontinuierlich sensibilisiert und betreut.

Hinweisen auf potenzielle Compliance Verstöße wird konsequent nachgegangen. Zur Abstellung und Sanktionierung von Fehlverhalten werden geeignete und angemessene Maßnahmen unter Beachtung des Verhältnismäßigkeitsgrundsatzes ergriffen. Um Kenntnis von möglichen Compliance-Verstößen zu erlangen, stehen der Belegschaft verschiedene Meldewege offen, unter anderem für den Geschäftsbereich Consumer in den meisten Ländern auch eine von einer unabhängigen Organisation betriebene Hinweisgebungsplattform. tesa hat für den gleichen Zweck sowohl interne als auch externe Meldemöglichkeiten durch sog. Ombudsleute implementiert.

Die Compliance Funktionen bei Beiersdorf und tesa unterstützen Vorstand und Führungskräfte durch eine Vielzahl von Instrumenten bei der kontinuierlichen Steuerung, Überwachung und Weiterentwicklung des Compliance Management Systems und der Sicherstellung der allgemeinen Compliance – nicht zuletzt auch durch ein konzernweites Berichtswesen.

Weiterführende und detailliertere Informationen zum Compliance-Management System finden Sie in diesem Geschäftsbericht im Abschnitt „Nichtfinanzielle Erklärung“ des Beiersdorf Konzerns (Unternehmensbereiche Consumer und tesa) und der Beiersdorf AG gemäß §§ 289b Abs. 3 HGB i.V.m. 315b Abs. 1, 3 HGB (CSR-Bericht).

Code of Conduct

Der Erfolg der Beiersdorf AG und des Beiersdorf Konzerns (einschließlich tesa) basiert auf dem Vertrauen von von Konsument*innen, Kund*innen, Investor*innen und Mitarbeitenden. Deswegen werden hohe Maßstäbe in Sachen Verantwortung gesetzt – sowohl an das Unternehmen als auch an alle Einzelnen. Die Verhaltenskodizes (Code of Conduct) halten diese Maßstäbe verbindlich fest und sind weltweit anzuwenden. Sie sollen allen Angestellten helfen, die zentralen Unternehmensgrundsätze und die Werte unseres Unternehmens im Arbeitsalltag umzusetzen, und zeigen, wie sie mit möglichen Fragen oder schwierigen Situationen umgehen, die das Verhalten im geschäftlichen Umfeld oder den Umgang miteinander betreffen.

Der Code of Conduct steht jeweils unter www.Beiersdorf.de/Code_of_conduct bzw. www.tesa.com/de-de/ueber-uns/sustainability/sustainability-report im Internet zur Verfügung.

Nachhaltigkeit

Nachhaltige Unternehmensführung bedeutet, soziale und umweltbezogene Risiken zu minimieren und Marktchancen wahrzunehmen, so dass eine Wertschöpfung für das Unternehmen entsteht, die negative Auswirkungen auf die Umwelt und Gesellschaft vermeidet. Beiersdorf hat schon früh erkannt, wie bedeutsam es ist, verantwortungsvoll zu handeln, und den Bereich Nachhaltigkeit stetig ausgebaut.

Nachhaltigkeit ist heute ein zentraler Bestandteil der Beiersdorf Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ . Im Rahmen der Strategie verfolgt der Unternehmensbereich Consumer seit 2020 die Nachhaltigkeitsagenda „Care Beyond Skin“. Sie orientiert sich an den „Zielen zur nachhaltigen Entwicklung der Vereinten Nationen“ (Sustainable Development Goals, SDGs) und umfasst sieben Fokusfelder, die den Einfluss unserer Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette abbilden. In allen Bereichen haben wir uns ambitionierte Ziele bis 2025 bzw. 2030 gesteckt. Das Geschäftsjahr war durch die konsequente Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsagenda geprägt. Wir konnten sowohl unser soziales Engagement ausbauen als auch im ökologischen Bereich deutliche Fortschritte erzielen und sind unseren selbst gesteckten Zielen somit einige Schritte nähergekommen.

Mit einer eigenen Nachhaltigkeitsagenda übernimmt der Unternehmensbereich tesa Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Die Nachhaltigkeitsagenda umfasst die drei Bereiche Environment, Customers und Society und legt jeweils die mittel- bis langfristigen Ambitionen dar. Im Jahr 2021 konnte tesa das Produktsortiment weiter nachhaltig ausrichten, die Eigenproduktion mit erneuerbaren Energien ausbauen und in die Gesundheit und Sicherheit der Beschäftigten investieren. Die Unternehmens-

bereiche tesa und Consumer haben sich bereits 2020 zu einer gemeinsamen Klimaambition verpflichtet. Diese steht im Einklang mit den Fachleuten aus der Klimaforschung ermittelten Reduktionszielen zur Begrenzung der Erderwärmung auf 1,5 Grad Celsius und wurde von der „Science Based Target Initiative“ bestätigt.

Seit Inkrafttreten des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) sind wir verpflichtet, unsere bestehende Finanzberichterstattung um Angaben zu wesentlichen nichtfinanziellen Aspekten unserer Geschäftstätigkeit in den Bereichen Umwelt-, Arbeitnehmer*innen- und Sozialbelange, Achtung der Menschenrechte und Korruptionsbekämpfung zu ergänzen. Diese Angaben finden Sie in der zusammengefassten Nichtfinanziellen Erklärung des Beiersdorf Konzerns (Unternehmensbereiche Consumer und tesa) und der Beiersdorf AG gemäß §§ 289b Abs. 3 HGB i.V.m. 315b Abs. 1, 3 HGB (CSR-Bericht) in diesem Geschäftsbericht.

Personalpolitische Ausrichtung

Der Erfolg von Beiersdorf hängt im erheblichen Maße vom Einsatz, Können und Engagement seiner Beschäftigten ab. Weltweit tragen über 20.000 Menschen täglich zu diesem Erfolg bei, indem sie ihr fachliches Knowhow, ihr Engagement und ihre Ideen in die jeweiligen Tätigkeitsfelder einbringen und damit wichtige Impulse für Verbesserungen und Innovationen geben.

Die Grundlage für eine langfristig tragfähige und starke Personalarbeit von Beiersdorf findet sich sowohl in der Strategie C.A.R.E.+ , in der Mitarbeitende als entscheidender Faktor für den nachhaltigen Erfolg des Unternehmens hervorgehoben werden, als auch in unseren Kernwerten. Beiersdorf orientiert sich bei allen personalpolitischen Entscheidungen an den „Core Values“, die alle Mitarbeitenden über alle Hierarchien, Funktionen und Länder hinweg verbinden.

Beiersdorf setzt den Schwerpunkt dabei auf die Förderung eines Arbeitsumfelds, in dem jede Person entsprechend ihrer Fähigkeiten und Potenziale optimal eingesetzt wird und sich stetig weiterentwickeln kann. Führungskräfte bei Beiersdorf sollen ihre Mitarbeitenden zu Höchstleistungen motivieren. Aus diesem Grund ist es entscheidend, exzellente Führungskompetenzen im Management zu verankern. Das fördert das Engagement der Mitarbeitenden und hilft, Beiersdorf als einen der attraktivsten Arbeitgeber der Konsumgüterindustrie zu etablieren.

tesa ist spezialisiert auf Klebtechnologie und bietet seinen Kund*innen innovative Lösungen sowie ausgezeichneten Service. Der Erfolg des Unternehmens beruht ganz wesentlich auf den Fähigkeiten unserer Belegschaft und ihrer Bereitschaft, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln. Qualifizierte Mitarbeitende, die aktiv dazu beitragen, unsere Stellung als eines der führenden Unternehmen für Klebtechnologie weiter auszubauen, sind der Schlüssel, um unsere Unternehmensstrategie erfolgreich umzusetzen. Unsere Personalstrategie ist daher darauf ausgerichtet, gut ausgebildete, engagierte Personen für unser Unternehmen zu gewinnen und zu halten sowie unsere hohe Attraktivität als Arbeitgeber durch entsprechende Maßnahmen kontinuierlich zu erhöhen. Darüber hinaus ist es erklärtes Ziel von tesa, eine Unternehmenskultur zu fördern, die Leistung, Teamwork, funktionsübergreifende Zusammenarbeit und Internationalisierung stärkt.

Ausführlichere Informationen hierzu finden Sie in diesem Geschäftsbericht unter „Menschen bei Beiersdorf“.

Risikomanagement

Das Risikomanagement der Beiersdorf AG und des Beiersdorf Konzerns ist ein integraler Bestandteil der zentralen und dezentralen Planungs-, Steuerungs- und Kontrollprozesse und folgt konzerneinheitlichen Standards. Eine offene Kommunikation, die periodisch vorgenommene Risikoinventur sowie das Planungs- und Steuerungssystem schaffen Transparenz über unsere Risikosituation.

Näheres hierzu finden Sie im Abschnitt „Risikobericht“ dieses Geschäftsberichts bzw. im Bericht über die Geschäftsentwicklung der tesa SE.

Organe der Gesellschaft

Die Beiersdorf AG unterliegt unter anderem dem deutschen Aktien-, Kapitalmarkt- und Mitbestimmungsrecht sowie ihrer Satzung. Mit Vorstand und Aufsichtsrat hat die Gesellschaft die in Deutschland übliche dualistische Leitungs- und Überwachungsstruktur. Die Hauptversammlung der Aktionär*innen ist für grundlegende Entscheidungen des Unternehmens zuständig. Gemeinsam sind diese drei Organe gleichermaßen dem Wohl des Unternehmens und den Interessen aller Aktionär*innen verpflichtet.

1. Aufsichtsrat-Zusammensetzung und Arbeitsweise

Der Aufsichtsrat der Beiersdorf AG besteht aus zwölf Mitgliedern. Je die Hälfte wird durch die Hauptversammlung nach dem Aktiengesetz und durch die Arbeitnehmer*innen nach dem Mitbestimmungsgesetz für jeweils maximal fünf Jahre gewählt. Die letzte turnusmäßige Wahl erfolgte im Geschäftsjahr 2019. Die reguläre Amtszeit aller derzeitigen Aufsichtsratsmitglieder endet mit Ablauf der Hauptversammlung, die über die Entlastung für das Geschäftsjahr 2023 beschließt. Die Wahlen der Aufsichtsratsmitglieder der Anteilseigner*innen wurden und werden als Einzelwahlen durchgeführt. Derzeit gehört kein ehemaliges Vorstandsmitglied der Beiersdorf AG dem Aufsichtsrat an.

Der Aufsichtsrat bestellt, berät und überwacht den Vorstand nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung. Aufsichtsrat und Vorstand arbeiten zum Wohle der Gesellschaft und zur nachhaltigen Wertschöpfung eng zusammen. Bestimmte Entscheidungen von grundlegender Bedeutung bedürfen gemäß der Geschäftsordnung für den Vorstand der Zustimmung des Aufsichtsrats. Die Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat ist auf der Internetseite des Unternehmens unter www.beiersdorf.de/Geschaeftsordnung_Aufsichtsrat zugänglich.

Der Aufsichtsrat beschließt regelmäßig in Sitzungen aufgrund ausführlicher Unterlagen. Die Aufsichtsratsmitglieder können an den Sitzungen auch per Telefon- oder Videokonferenz teilnehmen; dies ist - unbeschadet der vermehrt virtuellen Sitzungen während der COVID-19-Pandemie - allerdings nicht die Regel. Der Aufsichtsrat tagt regelmäßig auch ohne den Vorstand, sowohl zu Vorstands- und Aufsichtsratsangelegenheiten, als auch zur Strategie, zur Planung und zur Geschäftsentwicklung und grundsätzlich auch dann, wenn der Abschlussprüfer zur Prüfung der Abschlüsse vorträgt. Sitzungen werden regelmäßig vorbesprochen, auch getrennt von Arbeitnehmer- und Anteilseignerseite. Der Aufsichtsrat wird regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle relevanten Themen informiert. Darüber hinaus unterrichtet der Vorsitzende des Vorstands den Vorsitzenden des Aufsichtsrats regelmäßig und zeitnah, auch zwischen den Sitzungen, über wichtige Geschäftsvorfälle und

stimmt mit ihm wesentliche Entscheidungen ab. Die Geschäftsordnung regelt die Sicherstellung einer anspruchsvollen Informationsversorgung durch den Vorstand. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats koordiniert die Arbeit im Aufsichtsrat, leitet dessen Sitzungen und nimmt die Belange des Aufsichtsrats nach außen wahr. Er führt in angemessenem Rahmen mit Investor*innen Gespräche über aufsichtsratsbezogene Themen.

Der Aufsichtsrat evaluiert regelmäßig, wie wirksam er und seine Ausschüsse ihre Aufgaben erfüllen, teilweise auch mit Unterstützung einer externen Beratung, und beschließt Verbesserungsmaßnahmen (Effizienzprüfung bzw. Selbstbeurteilung). Zuletzt hat der Aufsichtsrat bis Mitte 2020 erneut eine Effizienzprüfung mit Unterstützung einer externen Beratung durchgeführt. Eine Auswertung der Antworten von Aufsichtsrat, Vorstand und Executive Committee zur Arbeit im Plenum und in den Ausschüssen und zur Zusammenarbeit zwischen Aufsichtsrat und Vorstand wurde zunächst im Dezember 2019 vorgestellt und erörtert, auch im Vergleich mit anderen Unternehmen. Die weiteren Ergebnisse, insbesondere aus Interviews und Feedbackgesprächen des Beraters mit allen Beteiligten, waren Gegenstand von Zwischenbesprechungen und der Aufsichtsratsitzungen im August und September 2020. Intensiv diskutiert wurden dabei Grundanliegen insbesondere zur Zusammenarbeit im Aufsichtsrat und mit dem Vorstand und zum Informationsfluss, sowie die Verwirklichung dieser Anliegen mit konkreten Maßnahmen. Dazu zählen unter anderem die Intensivierung der Vorbereitungen der Sitzungen des Aufsichtsrats, die zeitliche Planung des Sitzungsablaufs, die Weiterentwicklung des Formats der Berichte an den Aufsichtsrat sowie die Verankerung besonders relevanter Themen für die Arbeit des Aufsichtsrats wie Strategie, Innovation und Digitalisierung.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats achten darauf, dass ihnen für die Wahrnehmung ihrer Aufgaben genügend Zeit zur Verfügung steht, und nehmen die erforderliche Aus- und Fortbildung eigenverantwortlich wahr; dafür entstehende Kosten werden in angemessenem Umfang von der Gesellschaft getragen. Die Gesellschaft unterstützt sie dabei, z. B. durch interne Fortbildungen zu aufsichtsratsrelevanten Themen und Informationen über Gesetzesänderungen und Entwicklungen. Neue Mitglieder des Aufsichtsrats werden eingehend durch Onboarding-Gespräche und Informationsmaterialien eingearbeitet, insbesondere zu den Themen Beiersdorf Geschichte, Unternehmensprofil und Organisation (einschließlich Marken, Forschung & Entwicklung), Unternehmensstrategie (einschließlich Nachhaltigkeit), Unternehmensentwicklung und Finanzberichterstattung, Corporate Governance sowie Rechte und Pflichten von Aufsichtsratsmitgliedern; über Letztere werden die Mitglieder auch nach jeder Neuwahl des Aufsichtsrats aufgeklärt.

a) Zielsetzung, Kompetenzprofil, Diversitätskonzept und Stand der Umsetzung

Der Aufsichtsrat hat sich erneut im Dezember 2021 mit den konkreten unternehmensspezifischen Zielen und dem Kompetenzprofil für seine Zusammensetzung befasst. Diese Ziele berücksichtigen die internationale Tätigkeit des Unternehmens, potenzielle Interessenkonflikte, die Anzahl unabhängiger Aufsichtsratsmitglieder, eine Regelaltersgrenze und Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer für Aufsichtsratsmitglieder sowie Diversität, insbesondere eine angemessene Beteiligung von Frauen. Nach seinem Kompetenzprofil hat der Aufsichtsrat insgesamt über die zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung der Aufgaben erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachlichen

Erfahrungen zu verfügen. Die Ziele und das Kompetenzprofil sind Bestandteil des Diversitätskonzepts für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats; sie gelten bis Ende 2024 und werden – wie bisher – auch bei künftigen Wahlvorschlägen berücksichtigt.

Internationalität

Jedes Mitglied des Aufsichtsrats muss der internationalen Ausrichtung der Gesellschaft offen gegenüberstehen. Zumindest vier Mitglieder sollen die internationale Ausrichtung konkret verkörpern und daher über besondere internationale Erfahrungen verfügen, z. B. auf Grund ihrer Tätigkeit im Ausland oder ihrer Herkunft. Jedenfalls drei Mitglieder auf Anteilseigner*innenseite sollen internationale Erfahrung haben.

Geschlechtervielfalt

Der Aufsichtsrat strebt an, Anzahl und Stellung von Frauen im Aufsichtsrat weiter zu stärken und einen Anteil von zumindest vier Frauen zu halten. Zumindest zwei Frauen sollen Anteilseignervertreterinnen sein. Als paritätisch mitbestimmte, börsennotierte Gesellschaft sind gemäß § 96 Absatz 2 AktG jeweils mindestens 30% der Sitze mit Frauen beziehungsweise Männern zu besetzen.

Regelaltersgrenze und -zugehörigkeitsdauer

Nach seiner Geschäftsordnung soll die Mitgliedschaft im Aufsichtsrat regelmäßig mit der ordentlichen Hauptversammlung enden, die auf die Vollendung des 72. Lebensjahres folgt, und längstens 20 Jahre dauern. Ziel für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats ist es, dass unterschiedliche Altersgruppen im Aufsichtsrat angemessen repräsentiert sind. Die Dauer der Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat wird für jedes Mitglied auf der Internetseite des Unternehmens unter www.Beiersdorf.de/organe offengelegt.

Unabhängigkeit

Dem Aufsichtsrat soll eine nach seiner Einschätzung angemessene Anzahl unabhängiger Mitglieder auf Anteilseigner*innenseite angehören; sie soll die Eigentümer*innenstruktur berücksichtigen. Ein Aufsichtsratsmitglied ist insbesondere dann nicht als unabhängig anzusehen, wenn es selbst oder ein nahes Familienmitglied in einer persönlichen oder geschäftlichen Beziehung zu der Gesellschaft, dem Vorstand, einem*einer kontrollierenden Aktionär*in oder einem mit diesem*dieser verbundenen Unternehmen steht, die einen wesentlichen und nicht nur vorübergehenden Interessenkonflikt begründen kann. Darüber hinaus wird gemäß den Empfehlungen des Kodex bei der Beurteilung der Unabhängigkeit der Anteilseigner*innenseite von der Gesellschaft und vom Vorstand insbesondere berücksichtigt, ob das Mitglied selbst oder ein nahes Familienmitglied in den zwei Jahren vor der Ernennung ein Vorstandsmitglied der Beiersdorf AG war, aktuell oder in dem Jahr bis zu seiner Ernennung direkt oder als Gesellschafter*in oder in verantwortlicher Funktion eines konzernfremden Unternehmens eine wesentliche geschäftliche Beziehung mit der Gesellschaft oder einem von dieser abhängigen Unternehmen unterhält oder unterhalten hat, ein naher Familienangehöriger eines Vorstandsmitglieds ist oder dem Aufsichtsrat seit mehr als 12 Jahren angehört.

Der Aufsichtsrat hält es angesichts der Abhängigkeit der Beiersdorf AG im Sinne des § 17 Abs. 1 AktG für angemessen, wenn mindestens drei seiner Mitglieder auf Anteilseigner*innenseite unabhängig sind.

Potenzielle Interessenkonflikte

Jedes Aufsichtsratsmitglied hat Interessenkonflikte, insbesondere aufgrund einer Beratung oder Organfunktion bei Kund*innen, Lieferfirmen, Kreditgeber*innen oder Wettbewerber*innen der Gesellschaft, dem Aufsichtsrat über den Aufsichtsratsvorsitzenden offenzulegen. Bei wesentlichen und nicht nur vorübergehenden Interessenkonflikten hat das Mitglied sein Amt niederzulegen. Wesentliche Geschäfte von Aufsichtsratsmitgliedern sowie ihnen nahestehenden Personen mit dem Unternehmen bedürfen, sofern nicht ohnehin die Mitwirkung des Aufsichtsrats von Gesetzes wegen erforderlich ist, der Zustimmung des Aufsichtsrats und haben branchenüblichen Standards zu entsprechen.

Kompetenzprofil

Der Aufsichtsrat achtet darauf, dass seine Mitglieder insgesamt über die zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung seiner Aufgaben erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachlichen Erfahrungen verfügen. Ergänzend zu den konkreten Zielen für seine Zusammensetzung hat der Aufsichtsrat ein Kompetenzprofil mit besonderen fachlichen und persönlichen Kompetenzanforderungen erarbeitet. In fachlicher Hinsicht müssen die Mitglieder in ihrer Gesamtheit mit dem Sektor des Unternehmens vertraut sein; darüber hinaus soll mindestens jeweils ein Mitglied über Kenntnisse und Erfahrungen insbesondere auf den folgenden Gebieten verfügen: Rechnungslegung und Finanzen; Abschlussprüfung; Konsumgüter, Handel und Vertriebskanäle; internationale Märkte (einschließlich Emerging Markets); Beauty und Körperpflege; Markenentwicklung und -führung; Personalentwicklung und -förderung; Unternehmensorganisation; Corporate Governance und Aufsichtsrecht; Risikomanagement, interne Kontrollsysteme, Compliance und Revision; Innovationsmanagement und Forschung & Entwicklung; Supply Chain; Digitalisierung; Datenmanagement und Informationstechnologie und -sicherheit; Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (ESG). Der Aufsichtsrat strebt an, dass diese fachlichen Kompetenzen unter seinen Mitgliedern möglichst ausgewogen vertreten sind und sich gegenseitig ergänzen. Unabhängig davon soll jedes Aufsichtsratsmitglied die zur Erfüllung seiner Aufgaben nötigen allgemeinen und persönlichen Anforderungen an Bildung, internationale berufliche Ausrichtung, internationale Diversität, Seniorität, Zuverlässigkeit, Sorgfalt und zeitliche Verfügbarkeit im erforderlichen und angemessenen Umfang erfüllen.

Diversity-Beauftragte

Zur Weiterentwicklung und Förderung der Ziele und von Diversität im Aufsichtsrat sind zwei Diversity-Beauftragte aus dem Aufsichtsrat benannt, Martin Hansson und Prof. Manuela Rousseau. Sie sollen den Aufsichtsrat bei jeder beabsichtigten Wahl eines Aufsichtsratsmitglieds der Anteilseigner*innen oder eines Ausschussmitglieds unterstützen und gemeinsam mit dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats nach Konsultation der übrigen Aufsichtsratsmitglieder eine Stellungnahme zu den Wahlvorschlägen des zuständigen Nominierungsausschusses abgeben. Sie begleiten auch sonst die Personalarbeit im Unternehmen zu dessen Diversität, auch mit dem Personalausschuss.

Stand der Umsetzung der Ziele und des Kompetenzprofils

Neben der ausgewogenen fachlichen Qualifikation des Gesamtaufichtsrats ist Vielfalt ein wichtiges Kriterium für die Auswahl der Aufsichtsrats- und der Ausschussmitglieder im Unternehmensinteresse. Derzeit gehören dem Aufsichtsrat insgesamt vier Frauen an: Auf Arbeitnehmer*innenseite Prof. Manuela Rousseau und Kirstin Weiland und auf Anteilseigner*innenseite Hong Chow sowie Dr. Dr. Christine Martel. Die gesetzliche Geschlechterquote

zur Besetzung des Aufsichtsrats ist damit erfüllt; sie beträgt 33 % Frauen und 67 % Männer sowohl bei Gesamt- als auch bei Getrenntbetrachtung von Arbeitnehmer*innen- und Anteilseigner*innenseite. Auf Anteilseigner*innenseite verkörpern alle Mitglieder neben ihrer besonderen fachlichen Qualifikation das Merkmal der Internationalität aufgrund Herkunft und besonderer internationaler Erfahrungen. Im Aufsichtsrat sind auf Anteilseigner*innenseite derzeit mindestens drei Mitglieder unabhängig. Der Aufsichtsrat unterstellt dabei vorsorglich, dass auch ein Mitglied, das dem Aufsichtsrat des*der kontrollierenden Aktionär*in angehört, nicht als unabhängig anzusehen ist. Ungeachtet dessen meint der Aufsichtsrat, dass Beziehungen zum*zur kontrollierenden Aktionär*in nicht schon als solche die Gefahr eines wesentlichen und dauerhaften Interessenkonflikts begründen; mangels Überschneidung der geschäftlichen Aktivitäten geht er vielmehr von einem weitgehenden Gleichlauf der Interessen der Gesellschaft und ihres*ihres Großaktionär*in aus. Insoweit sind mindestens die folgenden amtierenden Mitglieder auf Anteilseigner*innenseite unabhängig von dem*der kontrollierenden Aktionär*in: Hong Chow, die Vorsitzende des Prüfungsausschusses Dr. Dr. Christine Martel und Martin Hansson. Damit wird der Empfehlung C.9 Satz 1 des Kodex entsprochen, wonach im Fall eines Aufsichtsrats mit mehr als sechs Mitgliedern mindestens zwei Mitglieder auf Anteilseigner*innenseite unabhängig von dem*der kontrollierenden Aktionär*in sein sollen. Darüber hinaus sind nach Einschätzung des Aufsichtsrats alle Mitglieder der Anteilseigner*innenseite unabhängig von der Gesellschaft und vom Vorstand. Dies gilt auch für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats und des Präsidialausschusses, Prof. Dr. Reinhard Pöllath, obwohl er dem Aufsichtsrat seit mehr als zwölf Jahren angehört. Der Aufsichtsrat ist insoweit der Auffassung, dass durch die langjährigen Erfahrungen und Kenntnisse des Aufsichtsratsvorsitzenden im Unternehmen und in einer Anzahl anderer Unternehmen sowohl die Beratung und Überwachung des Vorstands als auch die Koordination der Aufsichtsratsarbeit nachhaltig und objektiv gefördert werden. Dagegen liegen aufgrund der Zugehörigkeitsdauer im konkreten Fall keine Umstände vor, die einen wesentlichen und nicht nur vorübergehenden Interessenkonflikt begründen könnten.

Derzeit hat der Aufsichtsratsvorsitzende die Regelaltersgrenze von 72 Jahren überschritten. Ein weiteres Mitglied, Wolfgang Herz, wird die Regelaltersgrenze 2022 überschreiten. Zudem hat ein Aufsichtsratsmitglied, Prof. Manuela Rousseau, die Regelzugehörigkeitsdauer überschritten; der Aufsichtsratsvorsitzende wird sie 2022 überschreiten. Der Aufsichtsrat hat für diese Mitglieder aufgrund ihrer Kenntnisse und Erfahrungen begründete Ausnahmen von der Regelaltersgrenze bzw. von der Regelzugehörigkeitsdauer festgestellt. Im Übrigen wurden die Regelaltersgrenze, die Regelzugehörigkeitsdauer und die Regeln für den Umgang mit potenziellen Interessenkonflikten beachtet. Alle Mitglieder des Aufsichtsrats erfüllen zudem die für ihre Aufgaben nötigen persönlichen Kompetenzanforderungen. Darüber hinaus ist der Aufsichtsrat in seiner Gesamtheit mit dem Sektor des Unternehmens vertraut. Zudem werden die erforderlichen fachlichen Kompetenzen jeweils von mindestens einem Mitglied erfüllt.

b) Ausschüsse

Die Arbeit des Aufsichtsrats findet innerhalb und außerhalb des Plenums und auch in den Ausschüssen statt. Über die Arbeit der Ausschüsse berichten die jeweiligen Ausschussvorsitzenden dem Gesamtaufichtsrat regelmäßig in der folgenden Aufsichtsratsitzung. Der Aufsichtsrat hat sechs Ausschüsse gebildet:

Präsidialausschuss

Dem Präsidialausschuss gehören der Vorsitzende des Aufsichtsrats, zwei weitere Mitglieder von Anteilseigner*innenseite sowie ein Mitglied der Arbeitnehmer*innenseite an. Der Ausschuss bereitet Sitzungen und Personalentscheidungen vor, beschließt vorbehaltlich der Beschlussfassung im Plenum über die Festsetzung der Gesamtvergütung, anstelle des Plenums über die Anstellungs- und Pensionsverträge von Vorstandsmitgliedern sowie über weitere Vorstandsangelegenheiten. Schließlich kann er über zustimmungsbedürftige Geschäfte entscheiden, soweit der Aufsichtsrat nicht rechtzeitig beschließen kann. Dem Präsidialausschuss gehören an Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender), Martin Hansson (bis 31. August 2021), Wolfgang Herz, Frédéric Pflanz (seit 31. August 2021) und Prof. Manuela Rousseau.

Prüfungsausschuss

Der Prüfungsausschuss besteht aus dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats und jeweils zwei Mitgliedern von Anteilseigner*innen- und Arbeitnehmer*innenseite. Ihm gehört mindestens ein unabhängiges Mitglied des Aufsichtsrats an, das über besondere Kenntnisse, Erfahrungen und Sachverstand auf den Gebieten Rechnungslegung und interne Kontrollverfahren verfügt und mit der Abschlussprüfung vertraut ist, insbesondere die Vorsitzende des Prüfungsausschusses, Dr. Dr. Christine Martel. Darüber hinaus verfügt mindestens ein weiteres Mitglied des Prüfungsausschusses über Sachverstand auf dem Gebiet der Abschlussprüfung, insbesondere Frédéric Pflanz. Der Prüfungsausschuss bereitet Entscheidungen des Aufsichtsrats vor, insbesondere über Jahres- und Konzernabschluss (einschließlich CSR-Berichterstattung), den Vorschlag an die Hauptversammlung zur Wahl des Abschlussprüfers sowie die Vereinbarung mit dem Abschlussprüfer (Erteilung des Prüfungsauftrags, Festlegung von Prüfungsschwerpunkten, Honorarvereinbarung), und unterbreitet dem Aufsichtsrat entsprechende Empfehlungen. Mit dem Abschlussprüfer findet ein regelmäßiger Austausch zu relevanten Themen auch außerhalb von Sitzungen statt. Ferner überwacht der Prüfungsausschuss die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers, befasst sich mit den von ihm zusätzlich erbrachten Leistungen gemäß der vom Ausschuss festgelegten Richtlinie zur Billigung von Nichtprüfungsleistungen und beurteilt regelmäßig die Qualität der Abschlussprüfung. Er berät und überwacht den Vorstand in Fragen der Rechnungslegung, der Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems und des internen Revisionsystems. Außerdem erörtert er die Halbjahresberichte und die Quartalsmitteilungen mit dem Vorstand vor deren Veröffentlichung. Dem Prüfungsausschuss gehören an: Dr. Dr. Christine Martel (Vorsitzende), Reiner Hansert, Martin Hansson, Olaf Papier (seit 1. April 2021), Frédéric Pflanz, und Regina Schillings (bis 1. April 2021).

Finanzausschuss

Dem Finanzausschuss gehören der Vorsitzende des Aufsichtsrats und jeweils zwei Mitglieder der Anteilseigner*innen- sowie der Arbeitnehmer*innenseite an. Er überwacht die Unternehmenspolitik zu Finanzen, Controlling, Steuern und Versicherungen. Er entscheidet anstelle des Aufsichtsrats über die Zustimmung zu Kreditaufnahmen und -gewährungen, Haftungen für fremde Verbindlichkeiten und Finanzanlagegeschäfte. Außerdem berät und überwacht er den Vorstand zur Compliance und zu allen ihm vom Plenum allgemein oder im Einzelfall zugewiesenen Gegenständen. Dem Finanzausschuss gehören an: Frédéric Pflanz (Vorsitzender), Reiner Hansert, Martin Hansson, Dr. Dr. Christine Martel, Olaf Papier (seit 1. April 2021) und Regina Schillings (bis 1. April 2021).

Personalausschuss

Der Personalausschuss besteht aus insgesamt sechs Mitgliedern der der Anteilseigner*innen- und der Arbeitnehmer*innenseite. Er berät regelmäßig über die langfristige Nachfolgeplanung für den Vorstand (einschließlich der Vergütungsstruktur) und befasst sich mit dem Diversitätskonzept zur Zusammensetzung des Vorstands und mit der Art und Weise seiner Umsetzung. Zudem unterbreitet er einen Vorschlag für die Zielgröße des Frauenanteils im Vorstand sowie für eine Frist zu deren Erreichung. Dem Personalausschuss gehören an: Frédéric Pflanz (Vorsitzender seit 31. August 2021), Martin Hansson (Vorsitzender bis 31. August 2021), Hong Chow, Andreas Köhn (seit 1. April 2021), Reiner Hansert, Olaf Papier (bis 1. April 2021), Prof. Dr. Reinhard Pöllath und Kirstin Weiland.

Vermittlungsausschuss

Der mitbestimmungsrechtliche Vermittlungsausschuss besteht aus dem Aufsichtsratsvorsitzenden, seinem Stellvertreter sowie je einem sowie je einem von der Arbeitnehmer*innen- und von der Anteilseigner*innenseite gewählten Mitglied. Er macht Vorschläge zur Bestellung von Vorstandsmitgliedern, falls im ersten Wahlgang nicht die erforderliche Zweidrittelmehrheit erreicht worden sein sollte. Der Vermittlungsausschuss ist seit mehreren Amtszeiten nicht zusammengetreten. Dem Vermittlungsausschuss gehören an: Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender), Martin Hansson, Olaf Papier und Prof. Manuela Rousseau.

Nominierungsausschuss

Der Nominierungsausschuss ist mit dem Aufsichtsratsvorsitzenden sowie drei weiteren Mitgliedern der Anteilseigner*innenseite besetzt. Er schlägt im Einklang mit der Zielsetzung für die Zusammensetzung und dem Kompetenzprofil des Aufsichtsrats nach umfangreicher Vorbefassung und ausführlichen Vorgesprächen dem Aufsichtsrat Kandidaten*innen für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung vor. Dem Nominierungsausschuss gehören an: Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender), Hong Chow, Martin Hansson und Dr. Dr. Christine Martel.

Die Zusammensetzung des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse ist auf www.beiersdorf.de/organe sowie im Kapitel „Organe der Beiersdorf AG“ in diesem Bericht zu finden. Auf der genannten Internetseite werden auch aktuelle Lebensläufe der Mitglieder des Aufsichtsrats veröffentlicht.

2. Vorstand - Zusammensetzung und Arbeitsweise

Der Vorstand leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung und führt dessen Geschäfte. Er ist an das Unternehmensinteresse gebunden und der Steigerung des nachhaltigen Unternehmenswerts verpflichtet. Er nimmt seine Leitungsaufgabe als Kollegialorgan mit gemeinsamer Verantwortung wahr.

Die Mitglieder des Vorstands werden vom Aufsichtsrat bestellt. Die Erstbestellung von Vorstandsmitgliedern erfolgt in der Regel für längstens drei Jahre. Die Vorstandsaufgaben sind nach funktionalen und regionalen Gesichtspunkten verteilt. Der Geschäftsverteilungsplan ist Bestandteil der Geschäftsordnung für den Vorstand.

Der Vorstand entwickelt die Unternehmensziele und die strategische Ausrichtung des Konzerns, stimmt diese mit dem Aufsichtsrat ab, sorgt für deren Umsetzung und erörtert mit dem Aufsichtsrat in regelmäßigen Abständen den Stand der Implementierung. Er ist verantwortlich für die Steuerung und Überwachung des Konzerns, die Unternehmensplanung mit Jahres- und Mehrjahresplanung, die Aufstellung der Quartalsmitteilungen und Halbjah-

resberichte, der Jahres- und Konzernabschlüsse sowie die Konzernfinanzierung. Der Vorstand sorgt ferner für ein im Hinblick auf die Geschäftstätigkeit und Risikolage angemessenes Risikomanagement und Risikocontrolling sowie für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der unternehmensinternen Richtlinien; der Vorstand wirkt auf deren Beachtung durch die Konzernunternehmen hin (Compliance), unter anderem durch ein angemessenes, an der Risikolage ausgerichtetes Compliance Management System dessen Grundzüge in diesem Geschäftsbericht im Abschnitt „Nichtfinanzielle Erklärung“ offengelegt werden. Der Vorstand berichtet dem Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragestellungen und erläutert dabei Abweichungen des tatsächlichen Geschäftsverlaufs von den Plänen und Zielen. Bestimmte Maßnahmen und Geschäfte des Vorstands, die von besonderer Bedeutung für die Gesellschaft sind, bedürfen der Zustimmung des Aufsichtsrats oder seiner Ausschüsse.

Der Vorstand beschließt in regelmäßigen Sitzungen, die der Vorsitzende des Vorstands leitet. Die Mitglieder des Vorstands arbeiten kollegial zusammen und unterrichten sich gegenseitig laufend über wichtige Maßnahmen und Vorgänge in ihren Ressorts.

Vorstandsmitglieder legen möglicherweise auftretende Interessenkonflikte unverzüglich dem Aufsichtsrat offen und informieren die übrigen Mitglieder des Vorstands. Wesentliche Geschäfte von Vorstandsmitgliedern sowie ihnen nahestehenden Personen mit dem Unternehmen bedürfen, sofern nicht ohnehin die Mitwirkung des Aufsichtsrats von Gesetzes wegen erforderlich ist, der Zustimmung des Aufsichtsrats und haben branchenüblichen Standards zu entsprechen. Auch die Übernahme von Nebentätigkeiten bedarf der Zustimmung des Aufsichtsrats.

Die Gesellschaft hat für die Mitglieder des Vorstands eine D&O-Versicherung abgeschlossen, die einen Selbstbehalt in Höhe von 10% des Schadens bis zur Höhe des Eineinhalbfachen der festen jährlichen Vergütung des Vorstandsmitglieds vorsieht.

Diversitätskonzept und Nachfolgeplanung, Zielgrößen für den Frauenanteil im Vorstand und in den oberen Führungsebenen

Der Aufsichtsrat hat sich in den letzten Jahren allgemein und in konkreten Fällen sehr intensiv mit Diversität im Vorstand beschäftigt. Gemäß § 111 Abs. 5 AktG hat der Aufsichtsrat eine Zielgröße für den Frauenanteil im Vorstand von 10% festgelegt, die bis spätestens zum 30. Juni 2022 erreicht werden soll; sie wurde im Juli 2018 erreicht. Derzeit liegt der Frauenanteil im Vorstand mit der Bestellung von Astrid Hermann und Grita Loeb sack bei 25%. Damit wird auch dem gesetzlichen Beteiligungsgebot gemäß § 76 Abs. 3a AktG entsprochen, wonach einem Vorstand mit mehr als drei Personen mindestens eine Frau und ein Mann angehören müssen.

Der Aufsichtsrat strebt auch weiterhin bei personellen Änderungen im Vorstand eine angemessene Berücksichtigung von Frauen an. Dies soll durch verschiedene Maßnahmen gefördert werden, insbesondere durch ein deutlich kommuniziertes Bekenntnis zur Förderung von Frauen in Führungspositionen, gezielte Personalentwicklung weiblicher Führungskräfte (etwa durch Trainings, Coaching, Mentoring), Anpassung von Recruiting- und Besetzungsprozessen sowie Aufbau und Förderung von Netzwerkaktivitäten von Frauen. Zur Weiterentwicklung und Förderung von Diversität im Vorstand sind zusätzlich zwei Diversity-Beauftragte aus dem Aufsichtsrat benannt (Martin Hansson und Prof. Manuela Rousseau). Vor der Bestellung eines Vorstands-

mitglieds nehmen die Diversity-Beauftragten gemeinsam mit dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats nach Konsultation der übrigen Aufsichtsratsmitglieder Stellung. Darüber hinaus wurde ein Personalausschuss errichtet, der sich unter anderem mit dem Diversitätskonzept für den Vorstand, einschließlich der Art und Weise seiner Umsetzung, befasst.

Als weiteres Kriterium des Diversitätskonzepts soll der Vorstand insgesamt über mehrjährige einschlägige internationale Berufserfahrung durch langjährige Tätigkeiten im Ausland oder besondere Kenntnisse der für Beiersdorf wichtigen ausländischen Märkte verfügen. In der Geschäftsordnung für den Vorstand ist festgelegt, dass die Mitglieder des Vorstands grundsätzlich nicht älter als 63 Jahre sein sollen. Diese Kriterien haben 2021 alle amtierenden Mitglieder des Vorstands erfüllt. Darüber hinausgehende Diversitätskriterien für die Zusammensetzung des Vorstands wird der Aufsichtsrat bzw. der Personalausschuss erwägen, soweit er diese für angemessen und zweckdienlich erachtet.

Der Aufsichtsrat sorgt gemeinsam mit dem Vorstand zudem für eine langfristige Nachfolgeplanung. Insbesondere berät der Personalausschuss regelmäßig über die Nachfolgeplanung (einschließlich der Vergütungsstruktur) und berücksichtigt dabei die Führungskräfteplanung des Unternehmens. Im Jahr 2021 befasste sich der Personalausschuss zusammen mit dem Vorstand unter anderem mit der neuen Diversitätsstrategie sowie mit dem globalen Ausrollen des Prozesses zur Potenzialidentifikation und zur Personalentwicklung, unter Verknüpfung der Aspekte Diversität und Inklusion. Die konkrete Nachfolgeplanung basiert unter anderem auf einer Gruppe von potenziell geeigneten Personen, die aus den oberen beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands durch den Personalvorstand in Abstimmung mit globalen Management-Teams vorausgewählt wird. Ergänzend dazu befasst sich das Diversity & Inclusion Committee, dem die Diversity-Beauftragten aus dem Aufsichtsrat, der Personalvorstand und weitere Führungskräfte des Unternehmens angehören, mit dem Ziel, eine diverse Unternehmenskultur über Geschlecht und Internationalität hinaus durch verschiedene Initiativen und Schlüsselaktivitäten zu fördern und zu stärken. Die Nachfolgeplanung ist zudem in der Zielsetzung für die variable Vergütung des Vorstands enthalten.

Der Vorstand achtet auch bei der Besetzung von Führungspositionen im Unternehmen auf Diversität. Dabei strebt er insbesondere eine angemessene Beteiligung von Frauen an. Der Vorstand hat gemäß § 76 Abs. 4 AktG für den Frauenanteil der Beiersdorf AG in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands eine Zielgröße von mindestens 35% (Stand Ende 2021: 31%; Stand Ende des Vorjahres: 30%) und in der zweiten Führungsebene eine Zielgröße von mindestens 50% (Stand Ende 2021: 52%; Stand Ende des Vorjahres: 47%) festgelegt, die jeweils bis zum 30. Juni 2022 gehalten bzw. erreicht werden soll. Dabei werden diese beiden Führungsebenen anhand der bestehenden Berichtslinien innerhalb der Beiersdorf AG unterhalb des Vorstands bestimmt. Mit dem globalen Ziel einer geschlechterausgewogenen Führung ist die Strategie des Vorstands zur Frauenförderung bei Beiersdorf darauf gerichtet, eine zunehmende Anzahl von Kandidatinnen zur Auswahl für Top-Führungspositionen und den Vorstand zu haben. Beiersdorf bietet weiterhin spezielle Programme für weibliche Talente an, um mehr Frauen in Führungspositionen zu bringen und um ihren Karrierepfad sicherzustellen. Diese Programme konzentrieren sich auf eine Kombination aus persönlichen und organisatorischen Modulen. Dabei arbeitet Beiersdorf mit externen Partner*innen zusammen, um relevantes Fachwissen zu integrieren und um das richtige Klima für nachhaltigen Wandel bei diesem Thema zu schaffen.

Über die gesetzlichen, für die Beiersdorf AG geltenden Vorgaben hinaus, hat sich Beiersdorf globale Ziele für den internationalen Frauenanteil in den drei höchsten Managementgruppen (MG 1-3) im Unternehmensbereich Consumer gesetzt. Bis spätestens zum 30. Juni 2022 soll in den MG 1-3 eine Zielgröße von 35 % Frauen erreicht werden. Zum Ende des Geschäftsjahres 2021 wurde ein Frauenanteil von 34 % erreicht (Vorjahr: 33 %). Schließlich hat sich Beiersdorf anlässlich der Verleihung des „Impact of Diversity Awards“ und des Internationalen Frauentags im März 2021 selbst verpflichtet, alle Managementgruppen (MG 1-4) bis 2025 geschlechterparitätisch zu besetzen.

3. Hauptversammlung

Die Aktionär*innen nehmen ihre Rechte satzungsmäßig in und außerhalb der Hauptversammlung wahr. Jede Aktie gewährt eine Stimme.

Die Hauptversammlung beschließt unter anderem über die Verwendung des Bilanzgewinns, die Entlastung der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats, die Wahl des Abschlussprüfers und die rechtliche Grundlagen der Gesellschaft, insbesondere Satzungsänderungen. Die Hauptversammlung beschließt zudem beratend über die Billigung des vom Aufsichtsrat vorgelegten Vergütungssystems für die Vorstandsmitglieder, über die konkrete Vergütung des Aufsichtsrats und empfehlend über die Billigung des Vergütungsberichts für das vorausgegangene Geschäftsjahr. Darüber hinaus wird der Vorstand, wenn er dies im Einzelfall für angemessen hält, bei wesentlichen Strukturänderungen oder im Falle eines Übernahmeangebots eine außerordentliche Hauptversammlung einberufen, in der die Aktionär*innen hierüber beraten und gegebenenfalls über gesellschaftsrechtliche Maßnahmen beschließen.

Die ordentliche Hauptversammlung findet jährlich statt, in der Regel innerhalb der ersten fünf Monate eines jeden Geschäftsjahres. Die Einberufung mit der Tagesordnung der Hauptversammlung wird - zusammen mit den für die Hauptversammlung erforderlichen Berichten und Unterlagen einschließlich des Geschäftsberichts und der Formulare für die Briefwahl - auch auf der Internetseite der Gesellschaft veröffentlicht. Sie kann mitsamt der Einberufungsunterlagen auch auf elektronischem Wege übermittelt werden. Zur Erleichterung der persönlichen Wahrnehmung der Rechte stellt die Gesellschaft ihren Aktionär*innen eine weisungsgebundene Person zur Stimmrechtsvertretung zur Verfügung. In der Einladung wird erklärt, wie Weisungen zur Stimmrechtsausübung erteilt werden können. Daneben bleibt es den Aktionär*innen unbenommen, sich durch einen Bevollmächtigten ihrer Wahl auf der Hauptversammlung vertreten zu lassen. Die Briefwahl sowie Erteilung, Änderung und Widerruf einer Vollmacht an den von der Gesellschaft bestellten Stimmrechtsvertreter sind auch über das Internet vor und während der Hauptversammlung möglich. Alle Aktionär*innen können die gesamte Hauptversammlung auch über das Internet verfolgen; dies soll auch Nicht-Aktionär*innen ermöglicht werden.

Vor dem Hintergrund der weltweiten Corona-Pandemie wurde die Hauptversammlung 2021 als virtuelle Hauptversammlung ohne physische Präsenz der Aktionär*innen oder ihrer Bevollmächtigten durchgeführt. Wegen des anhaltenden Infektionsgeschehens wird auch die Hauptversammlung 2022 als virtuelle Hauptversammlung abgehalten werden. Dabei soll die virtuelle Wahrnehmung von Aktionär*innenrechte weiter verbessert werden.

Meldepflichtige Wertpapiergeschäfte von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sind nach Art. 19 Abs. 1 Marktmissbrauchsverordnung verpflichtet, Geschäfte mit Aktien der Beiersdorf AG oder damit verbundenen Finanzinstrumenten (Directors' Dealings) der Gesellschaft und der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) unverzüglich und spätestens drei Geschäftstage nach dem Datum des Geschäfts zu melden. Dies gilt auch für Personen, die mit einer solchen Person in einer engen Beziehung stehen.

Die der Beiersdorf AG gemeldeten Geschäfte werden veröffentlicht und sind auf der Internetseite des Unternehmens unter www.beiersdorf.de/Directors_Dealings abrufbar.

Weitere Informationen zur Corporate Governance

Ausführliche Informationen zur Tätigkeit des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse sowie zur Zusammenarbeit von Aufsichtsrat und Vorstand finden Sie auch im Kapitel „Bericht des Aufsichtsrats“ dieses Berichts. Weitere Informationen zur Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats finden Sie im Kapitel „Vergütungsbericht“.

Konzernabschluss und Halbjahresberichte werden nach den Grundsätzen der International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, der Jahresabschluss der Beiersdorf AG wird nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuchs (HGB) erstellt. Die Hauptversammlung am 1. April 2021 wählte die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, zum Abschlussprüfer für die AG und den Konzern für das Geschäftsjahr 2021 sowie zum Prüfer für die prüferische Durchsicht des Halbjahresberichts 2021. Die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft prüft die Jahres- und Konzernabschlüsse der Beiersdorf AG seit dem Geschäftsjahr 2006. Verantwortlicher Abschlussprüfer ist für die Geschäftsjahre 2020 und 2021 Marc Jeschonneck.

Aktuelle Entwicklungen und wichtige Unternehmensinformationen werden zeitnah auf der Internetseite www.beiersdorf.de veröffentlicht. Neben detaillierten Erläuterungen zur Corporate Governance bei Beiersdorf finden sich dort weitergehende Informationen zu Vorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung, die Berichte des Unternehmens (Geschäftsberichte, einschließlich zusammengefasster Lageberichte und nichtfinanzieller Erklärungen, Jahresabschlüsse, Halbjahresberichte und Quartalsmitteilungen), ein Finanzkalender zu allen wesentlichen Terminen und Veröffentlichungen, Ad-hoc-Meldungen, meldepflichtige Wertpapiergeschäfte (Directors' Dealings) sowie die Veröffentlichungen zu Stimmrechtsmitteilungen.

Diese Erklärung zur Unternehmensführung ist ungeprüfter Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts. Sie ist zudem auf der Internetseite www.beiersdorf.de/Erklaerung_unternehmensfuehrung veröffentlicht und dort mindestens fünf Jahre lang zugänglich.

Hamburg, im Februar 2022
Beiersdorf Aktiengesellschaft

Der Aufsichtsrat

Der Vorstand

Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

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

Übernahmerechtliche Angaben

Im Folgenden werden die gemäß § 315a Abs. 1 HGB und § 289a Abs. 1 HGB erforderlichen Angaben dargestellt.

Im Hinblick auf die Angaben zur Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals und die Angaben zu direkten oder indirekten Beteiligungen am Kapital, die 10% der Stimmrechte überschreiten, wird auf den Anhang verwiesen.

Die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands sind in den §§ 84, 85 AktG, § 31 MitbestG und § 7 der Satzung geregelt. Gemäß § 7 Abs. 1 der Satzung besteht der Vorstand aus mindestens drei Mitgliedern; im Übrigen bestimmt der Aufsichtsrat die Anzahl der Vorstandsmitglieder. Die Änderung der Satzung erfolgt nach §§ 179, 133 AktG sowie § 16 der Satzung. Nach § 16 Abs. 1 der Satzung ist der Aufsichtsrat ermächtigt, Änderungen und Ergänzungen der Satzung zu beschließen, die nur die Fassung betreffen. Gemäß § 5 Abs. 6 der Satzung ist der Aufsichtsrat insbesondere ermächtigt, § 5 der Satzung (Grundkapital) jeweils nach Ausnutzung von genehmigtem oder bedingtem Kapital entsprechend zu ändern und neu zu fassen.

Die Hauptversammlung hat am 29. April 2020 den Vorstand ermächtigt, das Grundkapital in der Zeit bis zum 28. April 2025 mit Zustimmung des Aufsichtsrats um bis zu insgesamt 92 Mio. € (genehmigtes Kapital I: 42 Mio. €; genehmigtes Kapital II: 25 Mio. €; genehmigtes Kapital III: 25 Mio. €) durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer auf ihre Inhaber*innen lautender Stückaktien zu erhöhen. Dabei kann die Gewinnberechtigung neuer Aktien abweichend von § 60 Abs. 2 AktG bestimmt werden.

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

1. zum Ausgleich von infolge einer Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen entstehenden Spitzenbeträgen (genehmigte Kapitalien I, II, III);
2. soweit dies erforderlich ist, um Inhaber*innen/Gläubiger*innen der von der Beiersdorf Aktiengesellschaft oder ihren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften ausgegebenen Wandel- bzw. Optionsschuldverschreibungen ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung der Wandlungs- oder

Optionsrechte bzw. nach Erfüllung der Wandlungspflicht zustehen würde (genehmigte Kapitalien I, II, III);

3. wenn der auf die neuen Aktien, für die das Bezugsrecht ausgeschlossen wird, insgesamt entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals zehn vom Hundert des im Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung bzw. – falls dieser Wert niedriger ist – im Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien vorhandenen Grundkapitals nicht übersteigt und der Ausgabebetrag der neuen Aktien den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabebetrags, welche möglichst zeitnah zur Platzierung der Aktien erfolgen soll, nicht wesentlich unterschreitet. Sofern während der Laufzeit des genehmigten Kapitals von anderen Ermächtigungen zur Ausgabe oder zur Veräußerung von Aktien der Gesellschaft oder zur Ausgabe von Rechten, die den Bezug von Aktien der Gesellschaft ermöglichen oder zu ihm verpflichten, Gebrauch gemacht und dabei das Bezugsrecht gemäß oder entsprechend § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgeschlossen wird, ist dies auf die vorstehend genannte 10%-Grenze anzurechnen (genehmigtes Kapital II);
4. bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen oder von Beteiligungen an Unternehmen (genehmigtes Kapital III).

Von den vorstehenden Ermächtigungen zum Ausschluss des Bezugsrechts darf der Vorstand nur in einem solchen Umfang Gebrauch machen, dass der anteilige Betrag der insgesamt unter Ausschluss des Bezugsrechts ausgegebenen Aktien weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigungen noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigungen 10% des Grundkapitals überschreitet. Sofern während der Laufzeit eines genehmigten Kapitals bis zu seiner Ausnutzung von anderen Ermächtigungen zur Ausgabe oder zur Veräußerung von Aktien der Gesellschaft oder zur Ausgabe von Rechten, die den Bezug von Aktien der Gesellschaft ermöglichen oder zu ihm verpflichten, Gebrauch gemacht und dabei das Bezugsrecht ausgeschlossen wird, ist dies auf die vorstehend genannte Grenze anzurechnen.

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

Darüber hinaus hat die Hauptversammlung am 29. April 2020 beschlossen, das Grundkapital um bis zu insgesamt 42 Mio. €, eingeteilt in bis zu 42 Millionen auf ihre Inhaber*innen lautende lautende Stückaktien, bedingt zu erhöhen. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie

1. die Inhaber*innen bzw. Gläubiger*innen von Wandlungs- und/oder Optionsrechten, die mit den von der Beiersdorf Aktiengesellschaft oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften bis zum 28. April 2025 auszugebenden Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen verbunden sind, von ihrem Wandlungs- bzw. Optionsrecht Gebrauch machen oder
2. die zur Wandlung verpflichteten Inhaber*innen bzw. Gläubiger*innen der von der Beiersdorf Aktiengesellschaft oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften bis zum 28. April 2025 auszugebenden Wandelschuldverschreibungen ihre Pflicht zur Wandlung erfüllen

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

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

Der Vorstand wurde ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Durchführung einer bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen.

Außerdem hat die Hauptversammlung am 29. April 2020 die Gesellschaft ermächtigt, gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG in der Zeit bis zum 28. April 2025 eigene Aktien im Umfang von insgesamt bis zu zehn vom Hundert des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben. Der Erwerb erfolgt über die Börse oder mittels eines an alle Aktionär*innen gerichteten öffentlichen Kaufangebots bzw. mittels einer öffentlichen Aufforderung zur Abgabe eines Verkaufsangebots. Der Vorstand wurde ermächtigt, die aufgrund der vorstehenden oder einer vorhergehenden Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats ganz oder teilweise unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionär*innen auch in anderer Weise als über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionär*innen zu veräußern, soweit diese Aktien gegen Barzahlung zu einem Preis veräußert werden, der den Börsenkurs von Aktien der Gesellschaft gleicher Ausstattung zum Zeitpunkt der Veräußerung nicht wesentlich unterschreitet. Der Vorstand wurde ferner ermächtigt, die aufgrund der vorstehenden oder einer vorhergehenden Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats ganz oder teilweise unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionär*innen gegen Sachleistung zu veräußern, insbesondere zur Verwendung als Gegen- oder Teilgegenleistung im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder zum Erwerb von Unternehmen, Beteiligungen an Unternehmen (einschließlich der Erhöhung von Beteiligungen) oder Unternehmensteilen. Zudem kann der Vorstand diese eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats ganz oder teilweise unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionär*innen verwenden, um die Bezugs- und/oder Umtauschrechte aus von der Gesellschaft

oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften ausgegebenen Wandel- bzw. Optionsschuldverschreibungen oder sonstige Ansprüche auf Übertragung von Aktien zu erfüllen. Darüber hinaus wurde der Vorstand ermächtigt, das Bezugsrecht der Aktionär*innen auszuschießen, soweit dies für den Fall der Veräußerung eigener Aktien an alle Aktionär*innen erforderlich ist, um entstehende Spitzenbeträge auszugleichen. Von den vorstehenden Ermächtigungen zum Ausschluss des Bezugsrechts darf der Vorstand nur in einem solchen Umfang Gebrauch machen, dass der anteilige Betrag der insgesamt bezugsrechtsfrei verwendeten Aktien weder im Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigungen 10% des Grundkapitals überschreitet. Sofern während der Laufzeit dieser Ermächtigung zur Verwendung eigener Aktien von anderen Ermächtigungen zur Ausgabe oder zur Veräußerung von Aktien der Gesellschaft oder zur Ausgabe von Rechten, die den Bezug von Aktien der Gesellschaft ermöglichen oder zu ihm verpflichten, Gebrauch gemacht und dabei das Bezugsrecht ausgeschlossen wird, ist dies auf die vorstehend genannte Grenze anzurechnen.

Schließlich ist der Vorstand ermächtigt worden, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die aufgrund der vorstehenden oder einer vorhergehenden Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien ohne weiteren Hauptversammlungsbeschluss einzuziehen.

Durch die Schaffung des genehmigten und bedingten Kapitals soll die Gesellschaft in die Lage versetzt werden, schnell und flexibel auf Wachstumsmöglichkeiten und Möglichkeiten am Kapitalmarkt reagieren zu können. Die Ermächtigung zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien ermöglicht es der Gesellschaft, insbesondere auch institutionellen oder anderen Investor*innen Aktien der Gesellschaft anzubieten und/oder den Aktionär*innenkreis der Gesellschaft zu erweitern sowie die erworbenen eigenen Aktien als Gegen- oder Teilgegenleistung für den Erwerb von Unternehmen, Unternehmensbeteiligungen (einschließlich der Erhöhung von Beteiligungen) oder Unternehmensteilen oder im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen, d. h. gegen Sachleistung, zu begeben.

Konzern- abschluss

Seite 119 - 166

S. 120 Konzernabschluss

- S. 120 Gewinn- und Verlustrechnung
- S. 120 Gesamtergebnisrechnung
- S. 121 Bilanz
- S. 122 Kapitalflussrechnung
- S. 123 Eigenkapitalveränderungsrechnung

S. 124 Konzernanhang

- S. 124 Segmentberichterstattung
- S. 124 Regionale Berichterstattung
- S. 125 Grundlagen und Methoden
- S. 131 Konsolidierungskreis, Akquisitionen und Divestments
- S. 132 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
- S. 135 Erläuterungen zur Bilanz
- S. 150 Sonstige Angaben
- S. 154 Nachtragsbericht
- S. 155 Organe der Beiersdorf AG

S. 158 Bestätigungen

- S. 158 Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers
- S. 164 Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers
- S. 166 Versicherung des Vorstands

Konzernabschluss

Gewinn- und Verlustrechnung

(IN MIO. €)

	Anhang	2020	2021
Umsatzerlöse	01	7.025	7.627
Kosten der umgesetzten Leistungen	02	-2.984	-3.267
Brutto-Ergebnis		4.041	4.360
Marketing- und Vertriebskosten	03	-2.485	-2.675
Forschungs- und Entwicklungskosten		-246	-268
Allgemeine Verwaltungskosten	04	-400	-448
Sonstige betriebliche Erträge	05	226	243
Sonstige betriebliche Aufwendungen	06	-308	-279
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		828	933
Zinserträge	07	33	32
Zinsaufwendungen	07	-13	-14
Pensionsergebnis	07	-9	-8
Übriges Finanzergebnis	07	-18	-36
Finanzergebnis	07	-7	-26
Ergebnis vor Steuern		821	907
Ertragsteuern	08	-244	-252
Jahresüberschuss		577	655
Davon entfallen auf:			
- Anteilseigner*innen der Beiersdorf AG		560	638
- Anteile ohne beherrschenden Einfluss		17	17
Unverwässertes/Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	09	2,47	2,81

Gesamtergebnisrechnung

(IN MIO. €)¹

	2020	2021
Jahresüberschuss	577	655
In den Folgeperioden erfolgswirksam umzugliederndes sonstiges Ergebnis	-168	35
Marktbewertung von Cashflow Hedges	8	-12
Marktbewertung Wertpapiere	1	-2
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-177	49
In den Folgeperioden nicht erfolgswirksam umzugliederndes sonstiges Ergebnis	-62	118
Neubewertung von leistungsorientierten Verpflichtungen	-62	110
Marktwertänderung der erfolgsneutral bewerteten Eigenkapitalinstrumente	-	8
Sonstiges Ergebnis	-230	153
Gesamtergebnis	347	808
Davon entfallen auf:		
- Anteilseigner*innen der Beiersdorf AG	332	791
- Anteile ohne beherrschenden Einfluss	15	17

¹ Netto nach Steuern.

Bilanz

(IN MIO. €)

Aktiva	Anhang	31.12.2020	31.12.2021
Immaterielle Vermögenswerte	10	545	538
Sachanlagen	11	1.630	1.845
Langfristige Wertpapiere	15	3.415	3.937
Sonstige langfristige Vermögenswerte	14	50	56
Latente Steueransprüche	08	289	292
Langfristige Vermögenswerte		5.929	6.668
Vorräte	12	1.001	1.144
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	13	1.244	1.306
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	14	70	124
Ertragsteuerforderungen	08	169	207
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	14	140	198
Kurzfristige Wertpapiere	15	647	616
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	16	1.005	1.036
Kurzfristige Vermögenswerte		4.276	4.631
		10.205	11.299
Passiva	Anhang	31.12.2020	31.12.2021
Gezeichnetes Kapital	18	252	252
Kapitalrücklage	21	47	47
Gewinnrücklagen	22	6.283	6.879
Kumuliertes sonstiges Konzernergebnis	23	-343	-307
Anteile der Anteilseigner*innen der Beiersdorf AG		6.239	6.871
Anteile ohne beherrschenden Einfluss		24	23
Eigenkapital		6.263	6.894
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	25	972	808
Sonstige langfristige Rückstellungen	26	118	127
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	27	88	106
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	27	2	1
Latente Steuerverbindlichkeiten	08	13	38
Langfristiges Fremdkapital		1.193	1.080
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	26	504	582
Ertragsteuerverbindlichkeiten	08	156	160
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	27	1.642	1.973
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	27	358	501
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	27	89	109
Kurzfristiges Fremdkapital		2.749	3.325
		10.205	11.299

Kapitalflussrechnung

(IN MIO. €)

	2020	2021
Jahresüberschuss	577	655
<i>Überleitung zwischen Jahresüberschuss und Cashflow aus der operativen Geschäftstätigkeit</i>		
Ertragsteuern	244	252
Finanzergebnis	7	26
Auszahlungen für Ertragsteuern	-291	-305
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	257	287
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil und erfolgsneutrale Veränderungen)	5	-9
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	3	-9
Brutto-Cashflow	802	897
Veränderung der Vorräte	11	-145
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	195	-195
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen	-24	436
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	984	993
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-280	-413
Auszahlungen für Investitionen in assoziierte Unternehmen und sonstige Beteiligungen	-11	-5
Auszahlungen für den Erwerb von Wertpapieren	-1.252	-1.114
Einzahlungen aus dem Verkauf von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	8	45
Einzahlungen aus dem Verkauf von Tochtergesellschaften (abzgl. abgegangener Zahlungsmittel)	-	10
Einzahlungen aus dem Verkauf von assoziierten Unternehmen und sonstigen Beteiligungen	-	8
Einzahlungen aus dem Verkauf/der Endfälligkeit von Wertpapieren	751	563
Zinseinzahlungen	31	39
Dividenden- und sonstige Finanzeinzahlungen	22	22
Cashflow aus investiver Tätigkeit	-731	-845
Free-Cashflow	253	148
Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten	111	185
Auszahlungen für die Tilgung von Krediten	-174	-57
Auszahlungen für die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-64	-66
Zinsauszahlungen	-9	-12
Sonstige Finanzauszahlungen	-4	-14
Auszahlung Dividende Beiersdorf AG	-159	-159
Auszahlung Dividende an Anteilseigner*innen ohne beherrschenden Einfluss	-18	-18
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-317	-141
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	-76	24
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-140	31
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	1.145	1.005
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.12.	1.005	1.036

Eigenkapitalveränderungsrechnung

(IN MIO. €)

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen ¹	Kumuliertes sonstiges Konzernergebnis					Summe der Anteilseigner*innen	Anteile ohne beherrschenden Einfluss	Gesamt
				Unterschied aus der Währungs-umrechnung	Sicherungs-instrumente aus der Ab-sicherung von Zahlungs-strömen	Fremd-kapital-instrumente	Eigen-kapital-instrumente				
01.01.2020	252	47	5.944	-174	-6	3	-	6.066	27	6.093	
Gesamtergebnis der Periode	-	-	498	-175	8	1	-	332	15	347	
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-159	-	-	-	-	-159	-	-159	
Veränderung Anteile Anteilseigner*innen ohne beherrschenden Einfluss	-	-	-	-	-	-	-	-	-18	-18	
Sonstige Veränderungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
31.12.2020/01.01.2021	252	47	6.283	-349	2	4	-	6.239	24	6.263	
Gesamtergebnis der Periode	-	-	748	49	-12	-2	8	791	17	808	
Umgliederungen	-	-	7	-	-	-	-7	-	-	-	
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-159	-	-	-	-	-159	-	-159	
Veränderung Anteile Anteilseigner*innen ohne beherrschenden Einfluss	-	-	-	-	-	-	-	-	-18	-18	
Sonstige Veränderungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
31.12.2021	252	47	6.879	-300	-10	2	1	6.871	23	6.894	

¹ Die Gewinnrücklagen beinhalten eine Kürzung um die Anschaffungskosten eigener Anteile von 955 Mio. €.

Konzernanhang

Segmentberichterstattung

(IN MIO. €)

	Consumer		tesa		Konzern	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Außenumsatz	5.700	6.129	1.325	1.498	7.025	7.627
Veränderung zum Vorjahr (nominal) (in %)	-9,1	7,5	-3,9	13,1	-8,2	8,6
Veränderung zum Vorjahr (organisch) (in %)	-6,6	8,8	-1,5	13,6	-5,7	9,7
Anteil am Konzernumsatz (in %)	81,1	80,4	18,9	19,6	100,0	100,0
EBITDA	820	884	265	336	1.085	1.220
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	632	680	196	253	828	933
in % vom Umsatz	11,1	11,1	14,8	16,8	11,8	12,2
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)¹	702	740	204	253	906	993
in % vom Umsatz	12,3	12,1	15,4	16,9	12,9	13,0
Operatives Brutto-Vermögen¹	3.472	3.885	1.082	1.150	4.554	5.035
Operative Verbindlichkeiten¹	2.082	2.480	267	306	2.349	2.786
EBIT-Rendite auf das operative Netto-Vermögen ¹ (in %)	45,5	48,5	24,1	29,9	38,0	41,5
Brutto-Cashflow	615	661	187	236	802	897
Investitionen²	236	376	44	37	280	413
Abschreibungen	188	204	69	83	257	287
Forschungs- und Entwicklungskosten	187	202	59	66	246	268
Mitarbeitende (Anzahl am 31.12.)	15.590	15.740	4.716	4.827	20.306	20.567

Regionale Berichterstattung

(IN MIO. €)

	Europa		Amerika		Afrika/Asien/Australien		Konzern	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Außenumsatz	3.467	3.676	1.347	1.527	2.211	2.424	7.025	7.627
Veränderung zum Vorjahr (nominal) (in %)	-7,7	6,0	-1,8	13,4	-12,4	9,6	-8,2	8,6
Veränderung zum Vorjahr (organisch) (in %)	-6,6	6,3	1,2	16,3	-8,1	11,0	-5,7	9,7
Anteil am Konzernumsatz (in %)	49,3	48,2	19,2	20,0	31,5	31,8	100,0	100,0
EBITDA	628	706	97	109	360	405	1.085	1.220
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	476	539	60	49	292	345	828	933
in % vom Umsatz	13,7	14,7	4,5	3,2	13,2	14,2	11,8	12,2
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)¹	503	556	92	91	311	346	906	993
in % vom Umsatz	14,5	15,1	6,8	6,0	14,1	14,3	12,9	13,0
Investitionen²	198	293	21	75	61	45	280	413
Abschreibungen	152	166	36	60	69	61	257	287
Mitarbeitende (Anzahl am 31.12.)	11.451	11.888	3.524	3.402	5.331	5.277	20.306	20.567

¹ Siehe hierzu die Erläuterungen im Abschnitt „Erläuterungen zur Segmentberichterstattung“.² Die Angabe umfasst die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen inklusive der Akquisitionen.

Grundlagen und Methoden

Informationen zur Gesellschaft und zum 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. Die Beiersdorf AG wird in den Konzernabschluss der maxingvest ag einbezogen.

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 Körperpflege sowie die Herstellung und den Vertrieb von technischen Klebbedändern.

Der Konzernabschluss der Beiersdorf AG für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 wurde am 7. Februar 2022 durch den Vorstand aufgestellt und anschließend zur Prüfung und Billigung an den Aufsichtsrat weitergeleitet.

Allgemeine Grundsätze

Der Konzernabschluss der Beiersdorf AG wurde in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB) einschließlich der Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee zu den IFRS (IFRIC) und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften aufgestellt. Es wurden alle IFRS und IFRIC beachtet, die zum 31. Dezember 2021 von der EU-Kommission übernommen wurden und verpflichtend anzuwenden sind.

Die Erstellung des Konzernabschlusses erfolgt grundsätzlich unter Anwendung des Anschaffungskostenprinzips. Hiervon ausgenommen sind Finanzinstrumente der Kategorien „Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert“ (FVOCI) und „Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ (FVPL) sowie derivative Finanzinstrumente, die jeweils zu beizulegenden Zeitwerten bewertet werden.

Die Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung wurde nach dem Umsatzkostenverfahren erstellt.

Schätzungen und Annahmen

Im Konzernabschluss müssen in einem begrenzten Umfang Schätzungen vorgenommen und Annahmen getroffen werden, die Auswirkungen auf Höhe und Ausweis der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden, der Erträge und Aufwendungen sowie der Eventualverbindlichkeiten haben. Dabei werden sämtliche aktuell verfügbaren Erkenntnisse berücksichtigt. Wesentliche Schätzungen und Annahmen wurden insbesondere bei den nachfolgend dargestellten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden vorgenommen: dem Wertminderungstest von Geschäfts- oder Firmenwerten und immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer (Abschnitt 10 „Immaterielle Vermögenswerte“), der Wertminderung finanzieller Vermögenswerte (Abschnitt 28 „Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten, Finanzrisikomanagement und derivativen Finanzinstrumenten“), den ver-

sicherungsmathematischen Parametern bei der Berechnung des Aufwands aus leistungsorientierten Plänen sowie des Barwerts von Pensionsverpflichtungen (Abschnitt 25 „Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen“), der Ermittlung der Höhe der aktivierungsfähigen latenten Steueransprüche (Abschnitt 08 „Ertragsteuern“) und der Bilanzierung der sonstigen Rückstellungen (Abschnitt 26 „Sonstige Rückstellungen“). Speziell bei der Abbildung von rechtlichen Risiken aus Schadenersatzforderungen sowie Steuer- und Zollrisiken (Abschnitt 29 „Haftungsverhältnisse, sonstige finanzielle Verpflichtungen und rechtliche Risiken“) erfordern die bestehenden Unsicherheiten wesentliches Ermessen bei der Beurteilung, ob und in welcher Höhe ein möglicher Schaden entstanden ist und wie hoch die Inanspruchnahme sein könnte. Bei der Ermittlung der Höhe eines möglichen Schadens besteht ein besonderes Ermessen in Bezug auf die Festlegung der Ausprägung der der Kalkulation zu Grunde gelegten Faktoren „Overcharge“ und „Pass-on-Rate“. Darüber hinaus werden Schätzungen und Annahmen insbesondere bei der Bestimmung von Nutzungsdauern von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen und der Bewertung der Vorräte vorgenommen.

Die tatsächlichen Werte können von den Schätzungen abweichen. Änderungen von Schätzungen werden zum Zeitpunkt einer besseren Kenntnis erfolgswirksam berücksichtigt. Bei den oben genannten Schätzungen und Annahmen wurden auch die möglichen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie berücksichtigt.

Konsolidierungsgrundsätze

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Erwerbsmethode. Danach werden die Anschaffungskosten des Unternehmenszusammenschlusses auf die erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte und die übernommenen identifizierbaren Schulden und Eventualschulden entsprechend ihren beizulegenden Zeitwerten zum Erwerbszeitpunkt verteilt. Die Anschaffungskosten eines Unternehmenserwerbs bemessen sich als Summe der übertragenen Gegenleistung, bewertet mit dem beizulegenden Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt, und der Anteile ohne beherrschenden Einfluss am erworbenen Unternehmen. Bei jedem Unternehmenszusammenschluss werden die Anteile ohne beherrschenden Einfluss am erworbenen Unternehmen entweder zum beizulegenden Zeitwert oder zum entsprechenden Anteil des identifizierbaren Netto-Vermögens des erworbenen Unternehmens bewertet. Ein Überschuss der Anschaffungskosten der Beteiligung über die anteiligen Nettozeitwerte der identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden wird als Geschäfts- oder Firmenwert bilanziert. Im Rahmen des Unternehmenszusammenschlusses angefallene Kosten werden als Aufwand erfasst.

Anteile ohne beherrschenden Einfluss am Ergebnis und Eigenkapital von Tochterunternehmen werden gesondert in der Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung und innerhalb des Eigenkapitals in der Konzernbilanz ausgewiesen. Verluste eines Tochterunternehmens werden den Anteilen ohne beherrschenden Einfluss auch dann zugeordnet, wenn dies zu einem negativen Saldo führt. Beim Erwerb weiterer Anteile von Tochterunternehmen wird der Unterschiedsbetrag zwischen den Anschaffungskosten dieser Anteile und dem zuvor im Konzern für diese Anteile ausgewiesenen Anteil ohne beherrschenden Einfluss erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst. Bei sukzessiven Unternehmenserwerben erfolgt eine erfolgswirksame Neubewertung von zum Zeitpunkt des Beherrschungsübergangs bereits gehaltenen Anteilen. Nachträgliche Anpassungen bedingter Kaufpreisbestandteile werden erfolgswirksam erfasst.

Alle konzerninternen Salden, Transaktionen, Erträge und Aufwendungen sowie Gewinne und Verluste aus konzerninternen Transaktionen, die im Buchwert von Vermögenswerten enthalten sind, werden in voller Höhe eliminiert.

In den Konzernabschluss werden die Beiersdorf AG und ihre Tochtergesellschaften einbezogen, über die sie Beherrschung im Sinne von IFRS 10 ausübt. Beherrschung eines Beteiligungsunternehmens liegt vor, wenn die Beiersdorf AG unmittelbar oder mittelbar die Verfügungsmacht über das Beteiligungsunternehmen besitzt, den variablen Rückflüssen aus dem Beteiligungsunternehmen ausgesetzt ist und die Fähigkeit besitzt, die variablen Rückflüsse des Beteiligungsunternehmens mittels ihrer Verfügungsmacht zu beeinflussen.

Währungsumrechnung

Der Konzernabschluss wird in Euro aufgestellt. Der Euro entspricht der funktionalen und der Darstellungswährung der Beiersdorf AG. Sofern nichts anderes angegeben ist, werden sämtliche Werte auf Millionen Euro (Mio. €) gerundet. Jedes Unternehmen innerhalb des Konzerns legt seine eigene funktionale Währung fest. Aufgrund finanzieller, wirtschaftlicher und organisatorischer Selbstständigkeit der ausländischen Tochtergesellschaften entspricht die funktionale Währung jeweils der Landeswährung. Die im Abschluss des jeweiligen Unternehmens enthaltenen Posten werden unter Verwendung dieser funktionalen Währung bewertet. Fremdwährungstransaktionen werden zunächst mit dem am Tag des Geschäftsvorfalles gültigen Kassakurs umgerechnet. Nicht monetäre Posten, die zu historischen Anschaffungs- oder Herstellungskosten in einer Fremdwährung bewertet wurden, werden mit dem Kurs am Tag des Geschäftsvorfalles umgerechnet. Währungsdifferenzen aus der Umrechnung monetärer Posten werden erfolgswirksam erfasst. Monetäre Vermögenswerte und Schulden in einer Fremdwährung werden zum Stichtagskurs in die funktionale Währung umgerechnet.

Zum Bilanzstichtag werden bei ausländischen Tochterunternehmen mit nicht auf den Euro lautender funktionaler Währung die Vermögenswerte und Schulden zum Stichtagskurs in Euro umgerechnet. Erträge und Aufwendungen werden grundsätzlich zum Durchschnittskurs des Geschäftsjahres umgerechnet. Die hieraus entstehenden Umrechnungsdifferenzen werden als separater Bestandteil des Eigenkapitals erfasst.

Die Entwicklungen der Wechselkurse der für den Konzernabschluss wesentlichen Währungen sind in der nachfolgenden Tabelle aufgeführt:

ENTWICKLUNG DER WECHSELKURSE (1 € =)

	Durchschnittskurse		Stichtagskurse	
	2020	2021	2020	2021
Brasilianischer Real (BRL)	5,9841	6,3770	6,3738	6,3099
Schweizer Franken (CHF)	1,0709	1,0797	1,0804	1,0327
Chinesischer Yuan (CNY)	7,8966	7,6059	8,0263	7,1940
Britisches Pfund (GBP)	0,8893	0,8581	0,8982	0,8400
Japanischer Yen (JPY)	121,8579	130,3117	126,4800	130,4050
Russischer Rubel (RUB)	84,1947	87,3371	91,4754	85,3649
Thailändischer Baht (THB)	35,8965	37,8797	36,7225	37,6347
US-Dollar (USD)	1,1468	1,1815	1,2272	1,1326

Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Im Geschäftsjahr 2021 haben sich keine wesentlichen Auswirkungen aus der erstmaligen Anwendung neuer Standards oder Interpretationen ergeben. Darüber hinaus hat das IASB weitere Rechnungslegungsstandards und Interpretationen überarbeitet oder veröffentlicht, die künftig anzuwenden sind, aber keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss haben werden.

Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Die **Umsatzerlöse** werden realisiert, wenn die Waren und Erzeugnisse geliefert sind und die Kontrolle auf die Kund*innen übergegangen ist. Skonti, Kundschaftsboni und Rabatte werden von den Umsatzerlösen abgesetzt, ebenso Leistungen an Handelspartner, soweit ihnen nicht eindeutig identifizierbare Gegenleistungen gegenüberstehen, deren beizulegender Zeitwert sich verlässlich schätzen lässt. Die Wahrscheinlichkeit von Rücklieferungen wird bei der Realisierung und Bemessung der Umsatzerlöse berücksichtigt.

Die **Kosten der umgesetzten Leistungen** umfassen die Herstellungskosten der umgesetzten, selbsterstellten Erzeugnisse und die Einstandskosten der verkauften Handelswaren. Die Herstellungskosten der selbsterstellten Erzeugnisse beinhalten neben den direkt zurechenbaren Kosten wie Material-, Personal- und Energiekosten auch die herstellungsbezogenen Gemeinkosten einschließlich der Abschreibungen auf Produktionsanlagen. In den Kosten der umgesetzten Leistungen sind auch die Abwertungen auf Vorräte sowie die Aufwendungen für den Betrieb von Warenverteilzentren und für Frachten zu Kund*innen enthalten.

Die **Marketing- und Vertriebskosten** umfassen die Kosten der Marketing- und Vertriebsabteilungen, Aufwendungen für klassische Werbung, Werbung am Verkaufsort (Point of Sale) und ähnliche Positionen. Diese Position enthält auch die Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

Forschungskosten werden im laufenden Jahr im Periodenergebnis erfasst. Entwicklungskosten für neue Produkte werden aktiviert, soweit sie die Ansatzkriterien des IAS 38 erfüllen. Dies ist regelmäßig nicht der Fall, da der erwartete zukünftige Nutzen nicht verlässlich bestimmt werden kann, solange die Produkte noch keine Marktreife erlangt haben. **Sonstige Entwicklungskosten** (zum Beispiel für Informationssysteme) werden unter der Bedingung als immaterieller Vermögenswert aktiviert, dass die Ansatzkriterien von IAS 38 erfüllt sind. Nach ihrer erstmaligen Aktivierung werden sie linear über die geplante wirtschaftliche Nutzungsdauer abgeschrieben.

Entgeltlich erworbene **immaterielle Vermögenswerte** wie Schutzrechte, Markenrechte und Software werden zu Anschaffungskosten angesetzt. Immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer werden über ihre geschätzte Nutzungsdauer linear abgeschrieben. Die Nutzungsdauern, Restwerte und Abschreibungsmethoden werden regelmäßig überprüft. Geschäfts- oder Firmenwerte sowie immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer unterliegen keiner planmäßigen Abschreibung.

Eine **Überprüfung der Werthaltigkeit** erfolgt bei Geschäfts- oder Firmenwerten sowie immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer mindestens jährlich, bei sonstigen immateriellen Vermögenswerten mit begrenzter Nutzungsdauer sowie bei Sachanlagen nur bei Vorliegen konkreter Anhaltspunkte. Eine Wertminderung wird ergebniswirksam erfasst, soweit der erzielbare Betrag des Vermögenswerts den Buchwert unterschreitet. Der erzielbare Betrag wird für jeden Vermögenswert grundsätzlich einzeln ermittelt. Sofern ein Vermögenswert keine weitgehend von anderen Vermögenswerten unabhängigen Mittelzuflüsse erzeugt, erfolgt die Ermittlung auf Basis einer Gruppe von Vermögenswerten, die als zahlungsmittelgenerierende Einheit bestimmt ist. Der erzielbare Betrag ist der höhere Betrag aus Nettoveräußerungswert und Nutzungswert. Der Nettoveräußerungswert entspricht dem Betrag, der aus einem Verkauf eines Vermögenswerts zu marktüblichen Bedingungen erzielbar ist, abzüglich seiner Veräußerungskosten. Der Nutzungswert wird grundsätzlich auf Basis der geschätzten künftigen Cashflows aus der Nutzung und dem Abgang eines Vermögenswerts mit Hilfe des Discounted-Cashflow-Verfahrens ermittelt. Die Cashflows werden aus der Unternehmensplanung abgeleitet, aktuelle Entwicklungen werden berücksichtigt. Sie werden unter Anwendung risikoäquivalenter Kapitalisierungszinssätze auf den Zeitpunkt der Überprüfung der Werthaltigkeit abgezinst.

Bei Entfall des Grundes für eine in Vorjahren erfasste Wertminderung erfolgt, mit Ausnahme des Geschäfts- oder Firmenwerts, eine Wertaufholung bis höchstens auf die fortgeführten Anschaffungskosten.

Die **Sachanlagen**, mit Ausnahme von Leasing-Nutzungsrechten, werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten aktiviert und planmäßig entsprechend der voraussichtlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauer linear abgeschrieben. Die Nutzungsdauern, Restwerte und Abschreibungsmethoden werden jährlich überprüft. Den planmäßigen Abschreibungen auf Sachanlagen liegen im Wesentlichen folgende Nutzungsdauern zu Grunde:

NUTZUNGSDAUER SACHANLAGEN

Gebäude	10 bis 33 Jahre
Technische Anlagen und Maschinen	5 bis 15 Jahre
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 bis 15 Jahre

Die Herstellungskosten selbsterstellter Sachanlagen werden anhand direkt zurechenbarer Einzelkosten sowie der anteiligen herstellungsbezogenen Gemeinkosten ermittelt. Zinsen für Fremdkapital werden als laufender Aufwand erfasst, soweit es sich nicht um die Herstellung qualifizierter Vermögenswerte handelt. Kosten für die Reparatur und Wartung von Sachanlagen

stellen ebenso Periodenaufwand dar. Umfangreiche Erneuerungen oder Verbesserungen, die die Produktionskapazität wesentlich erhöhen oder die Lebensdauer eines Vermögenswerts deutlich verlängern, werden aktiviert. Komponenten, die auf diese Weise zuvor aktiviert und durch neu zu aktivierende Maßnahmen ersetzt wurden, werden entsprechend als Abgänge berücksichtigt. Zuwendungen der öffentlichen Hand mindern die Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten.

Nutzungsrechte aus Leasingverhältnissen werden innerhalb der Sachanlagen ausgewiesen. Ein Leasingverhältnis liegt vor, wenn ein Vertrag den Konzern berechtigt, einen identifizierbaren Vermögenswert gegen Entgelt für einen vereinbarten Zeitraum zu nutzen. Leasingverhältnisse betreffen bei Beiersdorf vor allem Büroflächen und Fahrzeuge.

Leasingverbindlichkeiten werden innerhalb der Finanzverbindlichkeiten ausgewiesen. Sie werden zu Beginn des Leasingverhältnisses zum Barwert der noch nicht geleisteten Leasingzahlungen angesetzt. Die Abzinsung wird grundsätzlich unter Anwendung laufzeit- und währungsspezifischer Grenzfremdkapitalzinssätze ermittelt.

Leasing-Nutzungsrechte werden zu Beginn der Laufzeit des Leasingverhältnisses zu Anschaffungskosten angesetzt. Die Anschaffungskosten umfassen den Barwert der gesamten voraussichtlichen Leasingzahlungen abzüglich erhaltener Leasinganreize, die anfänglichen direkten Kosten sowie Rückbauverpflichtungen. Die Folgebewertung erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten. Die Abschreibungen erfolgen linear über den Leasingzeitraum.

Die Laufzeit der Leasingverhältnisse beginnt am Bereitstellungsdatum und umfasst auch etwaige mietfreie Zeiträume. Bei Leasingverträgen, die neben der unkündbaren Grundlaufzeit auch Verlängerungs- und Kündigungsoptionen beinhalten, werden bei der Bestimmung der Vertragslaufzeiten sämtliche Tatsachen und Umstände berücksichtigt, die einen wirtschaftlichen Anreiz zur Ausübung von Verlängerungsoptionen oder Nichtausübung von Kündigungsoptionen bieten. Eine Ausübung bzw. Nichtausübung dieser Optionen wird nur berücksichtigt, wenn sie mit hinreichender Sicherheit stattfinden wird.

Der Leasingstandard wird nicht angewendet auf Rechte, die ein Leasingnehmer im Rahmen von Lizenzvereinbarungen im Anwendungsbereich von IAS 38 hält. Des Weiteren macht Beiersdorf von seinem Wahlrecht Gebrauch, geringwertige und kurzfristige Leasingverhältnisse nicht zu bilanzieren, sondern weiterhin im operativen Aufwand über die jeweilige Leasinglaufzeit abzubilden.

Die Bewertung der **Vorräte** erfolgt zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten oder zum niedrigeren Nettoveräußerungswert. Der Nettoveräußerungswert ist der geschätzte im normalen Geschäftsgang erzielbare Verkaufserlös abzüglich der geschätzten Kosten bis zur Fertigstellung und der geschätzten notwendigen Vertriebskosten. Die Anschaffungs- oder Herstellungskosten der Vorräte werden nach der Durchschnittsmethode bewertet. Die Herstellungskosten enthalten neben den Einzelkosten anteilige Material- und Fertigungsgemeinkosten sowie fertigungsbedingte Abschreibungen. Darüber hinaus werden die anteiligen Kosten für die betriebliche Altersversorgung und für freiwillige soziale Leistungen des Unternehmens sowie produktionsbezogene Verwaltungskosten einbezogen.

Die **Zahlungsmittel** umfassen Guthaben bei Kreditinstituten, Kassenbeständen sowie Schecks. Bei den **Zahlungsmitteläquivalenten** handelt es sich um kurzfristige liquide Anlagen, die jederzeit in einen festgelegten Betrag umgewandelt werden können und nur unwesentlichen Wertschwankungen unterliegen. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sind gemäß IFRS 9 der Kategorie AC zugeordnet.

Finanzinstrumente sind Verträge, die bei einem Unternehmen zu einem finanziellen Vermögenswert und bei einem anderen Unternehmen zu einer finanziellen Verbindlichkeit führen. Beim erstmaligen Ansatz von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten werden diese zu ihrem beizulegenden Zeitwert bewertet.

Kategorien von finanziellen Vermögenswerten nach IFRS 9

Die Kategorie „**Zu fortgeführten Anschaffungskosten**“ (AC) umfasst finanzielle Vermögenswerte, deren Zahlungsströme aus Zins- und Tilgungszahlungen bestehen und die im Rahmen eines Geschäftsmodells gehalten werden, das vorsieht, das Instrument zu halten, um die vertraglichen Zahlungsströme zu vereinnahmen. Sie werden nach ihrer erstmaligen Erfassung zu fortgeführten Anschaffungskosten und abzüglich etwaiger Wertminderungen unter Anwendung der Effektivzinsmethode bewertet.

Die Kategorie „**Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert**“ (FVOCI) umfasst finanzielle Vermögenswerte, deren Zahlungsströme aus Zins- und Tilgungszahlungen bestehen und die im Rahmen eines Geschäftsmodells gehalten werden, das grundsätzlich das Halten der Vermögenswerte vorsieht, aber bei Bedarf auch Veräußerungen erlaubt. Sie werden mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Die daraus resultierenden Wertänderungen werden in einer gesonderten Rücklage im sonstigen Ergebnis erfasst. Mit Abgang oder bei Wertberichtigung dieser finanziellen Vermögenswerte werden die kumulierten im Eigenkapital erfassten Gewinne und Verluste erfolgswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Diese Kategorie enthält auch Eigenkapitalinstrumente, für die die einmalige Option zur erfolgsneutralen Erfassung der Zeitwertänderungen unwiderruflich ausgeübt wurde. Spätere Wertänderungen verbleiben beim Abgang oder bei einer Wertminderung im Eigenkapital und werden nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert.

Die Kategorie „**Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert**“ (FVPL) umfasst finanzielle Vermögenswerte, die nicht in eine andere Kategorie fallen. Sie werden mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Die daraus resultierenden Wertänderungen werden in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Das **Vorliegen einer Wertminderung** wird bei finanziellen Vermögenswerten zu jedem Bilanzstichtag ermittelt. Nach IFRS 9 wird eine Risikovorsorge auf Basis der erwarteten Kreditverluste (Expected Loss Model) der nächsten zwölf Monate gebildet. Die Schätzung erfolgt auf Basis von Ratings sowie fortlaufend aktualisierten Risikoindikatoren. Darüber hinaus werden aktuelle CDS-Spreads und Anleihsenspreads der Anleihenemittenten für die Berechnung herangezogen. Die Wertminderung finanzieller Vermögenswerte wird sofort erfolgswirksam erfasst. Bei finanziellen Vermögenswerten der Kategorie AC reduziert die Wertminderung den Ansatz des Vermögenswerts in der Bilanz; bei finanziellen Vermögenswerten der Kategorie FVOCI wird die

Wertminderung in einer gesonderten Rücklage im sonstigen Ergebnis erfasst. Auf Vermögenswerte, die keine wesentliche Finanzierungskomponente beinhalten, wie z. B. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, wird ein vereinfachtes Verfahren zur Ermittlung des Impairments angewandt. Hierbei werden die erwarteten Kreditverluste über die gesamte Laufzeit der Finanzinstrumente ermittelt. Die Schätzung der Wertminderung bei Forderungen basiert hauptsächlich auf den Ergebnissen des bisherigen Zahlungsverhaltens, der Berücksichtigung der Altersstruktur, einer substantiellen Verschlechterung der Kreditwürdigkeit oder einer hohen Wahrscheinlichkeit für die Insolvenz eines Schuldners sowie Veränderungen politischer und makroökonomischer Rahmenbedingungen. Bei finanziellen Vermögenswerten wie Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten wird aufgrund der sehr kurzen Laufzeiten (teilweise täglich fällig) und der Bonität unserer Vertragspartner keine Wertminderung basierend auf erwarteten Kreditverlusten gerechnet.

Finanzielle Verbindlichkeiten werden nach ihrer erstmaligen Erfassung unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten (AC) bewertet. Gewinne und Verluste werden im Rahmen der Amortisation mittels der Effektivzinsmethode sowie bei Ausbuchung der Verbindlichkeiten erfolgswirksam erfasst. Als langfristig werden Verbindlichkeiten mit Restlaufzeiten über zwölf Monate eingestuft. Derivative Finanzinstrumente mit einer Hedge-Beziehung sind gemäß IFRS 9 keiner separaten Kategorie zuzuordnen; im Beiersdorf Konzern werden diese unter „Derivative Finanzinstrumente“ (DF) subsumiert.

Ausbuchungen finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten erfolgen, wenn die Verfügungsmacht über die vertraglichen Rechte verloren bzw. die zu Grunde liegende Verpflichtung erfüllt, gekündigt oder erloschen ist. Bei Verbindlichkeiten in Zusammenhang mit Reverse Factoring Vereinbarungen liegen keine substantielle Modifikation der Vertragsbedingungen vor, daher werden sie weiterhin als Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen bilanziert. Die erfolgten Zahlungen werden in der Kapitalflussrechnung als Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit erfasst.

Derivative Finanzinstrumente werden im Beiersdorf Konzern zur Steuerung von gegenwärtigen und zukünftigen Währungsrisiken eingesetzt. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um Devisentermingeschäfte. Der Ansatz der derivativen Finanzinstrumente erfolgt dabei zum Zeitwert. Derivative Finanzinstrumente werden in der Bilanz unter den sonstigen finanziellen Vermögenswerten bzw. unter den sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten ausgewiesen.

Die Bilanzierung von Zeitwertänderungen der derivativen Finanzinstrumente hängt davon ab, ob diese Instrumente als Sicherungsinstrumente eingesetzt werden und sie die Voraussetzungen zur Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen gemäß IFRS 9 erfüllen. Sind diese Voraussetzungen trotz Vorliegens eines wirtschaftlichen Sicherungszusammenhangs nicht gegeben, werden die Zeitwertänderungen der derivativen Finanzinstrumente unmittelbar erfolgswirksam erfasst. Zur Messung der Effektivität der Sicherungsbeziehung wird die „Critical-Terms-Match-Methode“ verwendet.

Derivative Finanzinstrumente, die als Sicherungsgeschäft für den beizulegenden Zeitwert klassifiziert werden (Fair Value Hedges), werden zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Die entsprechende Änderung des beizu-

legenden Zeitwerts wird in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen. Der Buchwert des gesicherten Vermögenswerts oder der Schuld wird um die dem abgesicherten Risiko zuzurechnenden Änderungen des beizulegenden Zeitwerts berichtigt. Die aus den Änderungen resultierenden Gewinne oder Verluste werden im Periodenergebnis erfasst.

Für derivative Finanzinstrumente, die als Sicherungsinstrumente bestimmt wurden und die Voraussetzungen für die Bilanzierung einer Sicherungsbeziehung für die Absicherung von Zahlungsströmen erfüllen (Cashflow Hedges), wird der effektive Teil der Zeitwertänderung unter Berücksichtigung des darauf entfallenden steuerlichen Effekts unmittelbar im Eigenkapital erfasst. Der ineffektive Teil wird ergebniswirksam erfasst. Mit Eintritt des Grundgeschäfts wird der effektive Teil ebenfalls ergebniswirksam erfasst.

Der **beizulegende Zeitwert der Finanzinstrumente** ist der Preis, der in einem geordneten Geschäftsvorfall zwischen Marktteilnehmern am Bemessungstichtag für den Verkauf eines Vermögenswerts eingenommen bzw. für die Übertragung einer Schuld gezahlt würde. Bei der Bemessung des beizulegenden Zeitwerts wird davon ausgegangen, dass der dem Preis zu Grunde liegende Geschäftsvorfall entweder auf dem Hauptmarkt oder dem vorteilhaftesten Markt, zu dem der Beiersdorf Konzern Zugang hat, stattfindet. Der Preis bemisst sich anhand der Annahmen, die Marktteilnehmer bei der Preisbildung zu Grunde legen würden. Alle Finanzinstrumente, für die der beizulegende Zeitwert im Abschluss ausgewiesen wird, sind in den folgenden Hierarchiestufen gemäß IFRS 13 eingeordnet:

- Stufe 1: beizulegende Zeitwerte, die mit Hilfe von in aktiven Märkten notierten Preisen bestimmt werden.
- Stufe 2: beizulegende Zeitwerte, die mit Hilfe von Bewertungsmethoden bestimmt werden, bei denen die Inputfaktoren, die für den beizulegenden Zeitwert bedeutend sind, auf direkt oder indirekt beobachtbaren Marktdaten basieren.
- Stufe 3: beizulegende Zeitwerte, die mit Hilfe von Bewertungsmethoden bestimmt werden, bei denen die Inputfaktoren, die für den beizulegenden Zeitwert bedeutend sind, nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren.

Bei Finanzinstrumenten, die regelmäßig zum beizulegenden Zeitwert erfasst werden, wird anhand einer Neubeurteilung zum Ende des Geschäftsjahres festgestellt, ob es zu Umgruppierungen zwischen den Hierarchiestufen gekommen ist.

Die **Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen** umfassen die Rückstellungen für leistungsorientierte Altersversorgungspläne im Konzern. Die Verpflichtungen werden nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren bewertet. Die zu erwartenden Versorgungsleistungen werden über die gesamte Beschäftigungszeit der Mitarbeitenden verteilt. Die versicherungsmathematische Berechnung der Pensionsrückstellungen berücksichtigt Marktzinssätze sowie Lohn-/Gehalts-, Renten- und Fluktuationstrends. Die Bewertung erfolgt zu den jeweils gültigen lokalen Parametern. In Deutschland wurden für die Mortalitätsrate die Heubeck'schen Richttafeln 2018 G zu Grunde gelegt, international die jeweils lokal anerkannten Richttafeln. Die

jeweiligen Diskontierungssätze orientieren sich grundsätzlich an den Renditen hochwertiger, laufzeit- und währungsadäquater Unternehmensanleihen mit mindestens einem AA-Rating. Es werden jährlich versicherungsmathematische Gutachten erstellt. Die Angemessenheit aller Annahmen wird zu jedem Abschlussstichtag überprüft.

Der als Rückstellung erfasste Betrag umfasst die Summe des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtung abzüglich des beizulegenden Zeitwerts des zur unmittelbaren Erfüllung von Verpflichtungen vorhandenen Planvermögens. Übersteigt der beizulegende Zeitwert des Planvermögens den Barwert der leistungsorientierten Verpflichtung, wird nur unter Berücksichtigung der Obergrenze für den Vermögenswert (Asset Ceiling) ein Nettovorsorgevermögen ausgewiesen.

Der Dienstzeitaufwand wird nach funktionaler Zuordnung als Bestandteil des EBIT erfasst, der Nettozinserfolg als Bestandteil des Finanzergebnisses. Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste, die sich aus Änderungen von versicherungsmathematischen Annahmen bzw. aus Abweichungen zwischen früheren versicherungsmathematischen Annahmen und der tatsächlichen Entwicklung ergeben sowie aus Änderungen in der Rendite des Planvermögens, werden sofort und vollständig bei ihrer Entstehung erfolgsneutral im Konzerneigenkapital innerhalb der Gewinnrücklagen berücksichtigt. Sie werden zu keinem späteren Zeitpunkt erfolgswirksam erfasst und verbleiben im Konzerneigenkapital.

Bei beitragsorientierten Plänen werden auf gesetzlicher, vertraglicher oder freiwilliger Basis Beiträge an öffentliche oder private Pensionsversicherungspläne entrichtet. Über die Beiträge hinaus bestehen für den Konzern keine weiteren Zahlungsverpflichtungen. Die Beiträge werden erfolgswirksam als Bestandteil des EBIT erfasst.

Die **sonstigen Rückstellungen** berücksichtigen alle erkennbaren zukünftigen Zahlungsverpflichtungen, Risiken und ungewissen Verpflichtungen des Konzerns, die auf gegenwärtigen gesetzlichen oder faktischen Verpflichtungen aufgrund vergangener Ereignisse basieren und bei denen eine verlässliche Schätzung der Höhe der Verpflichtung möglich ist. Sie haben überwiegend eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr. Die langfristigen Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden abgezinst, soweit der Zinseffekt wesentlich ist.

Tatsächliche Erstattungsansprüche und Schulden für **Ertragsteuern** für laufende und frühere Perioden werden mit dem erwarteten Betrag angesetzt. Zur Berechnung des Betrags werden die Steuersätze und Steuergesetze zu Grunde gelegt, die am Bilanzstichtag gelten.

Latente Steuern resultieren aus zeitlich abweichenden Wertansätzen zwischen den steuerbilanziellen und den im IFRS-Abschluss berücksichtigten Wertansätzen von Vermögenswerten und Schulden sowie aus steuerlichen Verlustvorträgen. Die Ermittlung erfolgt nach der bilanzorientierten Verbindlichkeitsmethode und beruht auf der Anwendung der in den einzelnen Ländern zum Realisationszeitpunkt erwarteten Steuersätze. Diese basieren grundsätzlich auf den am Bilanzstichtag gültigen gesetzlichen Regelungen. Für Unterschiede aus der erstmaligen Bilanzierung von Vermögenswerten

oder Schulden, die nicht aus Unternehmenserwerben resultieren und weder den Konzerngewinn noch den steuerlichen Gewinn berühren, werden keine latenten Steuern gebildet.

Aktive latente Steuern auf temporäre Differenzen, Verlustvorträge und Steuergutschriften werden in dem Umfang aktiviert, in dem es wahrscheinlich ist, dass künftig ausreichend zu versteuerndes Einkommen zur Nutzung dieser Steueransprüche verfügbar sein wird. Die aktivierten latenten Steuern werden jährlich auf ihre Realisierbarkeit überprüft. Ertragsteuern, die sich auf Posten

beziehen, die direkt im Eigenkapital erfasst werden, werden nicht in der Gewinn- und Verlustrechnung, sondern direkt im Eigenkapital erfasst.

Tatsächliche Steueransprüche und -schulden sowie latente Steueransprüche und -schulden werden jeweils miteinander verrechnet, wenn der Konzern einen einklagbaren Anspruch zur Aufrechnung der tatsächlichen Steuererstattungsansprüche gegen tatsächliche Steuerschulden hat und diese sich auf Ertragsteuern des gleichen Steuersubjekts beziehen, die von der gleichen Steuerbehörde erhoben werden.

ZUSAMMENFASSUNG AUSGEWÄHLTER BEWERTUNGSMETHODEN

Bilanzposten

Aktiva

Geschäfts- oder Firmenwerte

Sonstige immaterielle Vermögenswerte

mit unbestimmter Nutzungsdauer

mit bestimmter Nutzungsdauer

Sachanlagen

Finanzielle Vermögenswerte

„Zu fortgeführten Anschaffungskosten“ (AC)

„Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert“ (FVOCI)

„Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ (FVPL)

Vorräte

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und

Veräußerungsgruppen

Passiva

Rückstellungen

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Sonstige Rückstellungen

Finanzielle Verbindlichkeiten

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Sonstige Verbindlichkeiten

Bewertungsmethoden

Niedrigerer Wert aus Anschaffungskosten und erzielbarem Betrag

Niedrigerer Wert aus Anschaffungskosten und erzielbarem Betrag

(Fortgeführte) Anschaffungskosten

(Fortgeführte) Anschaffungskosten

(Fortgeführte) Anschaffungskosten

Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert

Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert

Niedrigerer Wert aus Anschaffungskosten und Nettoveräußerungswert

(Fortgeführte) Anschaffungskosten

(Fortgeführte) Anschaffungskosten

Niedrigerer Wert aus (fortgeführten) Anschaffungskosten und

Nettoveräußerungswert

Anwartschaftsbarwertmethode

Erfüllungsbetrag (mit höchster Eintrittswahrscheinlichkeit)

(Fortgeführte) Anschaffungskosten

(Fortgeführte) Anschaffungskosten

Erfüllungsbetrag

Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung ist entsprechend den Regelungen des IAS 7 aufgestellt und gliedert sich nach Zahlungsströmen aus der laufenden Geschäfts-, Investitions- und Finanzierungstätigkeit.

Die Ermittlung des Cashflows aus laufender Geschäftstätigkeit erfolgt nach der indirekten Methode, während die Cashflows aus der Investitions- und aus der Finanzierungstätigkeit nach der direkten Methode ermittelt werden.

Der Finanzmittelfonds umfasst Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, die jederzeit in Zahlungsmittel umgewandelt werden können und nur unwesentlichen Wertschwankungen unterliegen.

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Im Beiersdorf Konzern ergibt sich die Segmentberichterstattung aus der Steuerung der Geschäftstätigkeit. Die Aufteilung in die Unternehmensbereiche Consumer und tesa entspricht der internen Organisationsstruktur und der Berichterstattung an Vorstand und Aufsichtsrat.

Der Beiersdorf Konzern misst den Erfolg seiner Segmente anhand des Umsatzwachstums und des betrieblichen Ergebnisses (EBIT), bereinigt um einmalige, nicht operative Geschäftsvorfälle (EBIT ohne Sondereffekte) in Verbindung mit der entsprechenden EBIT-Umsatzrendite.

Um die internationale Aufteilung der geschäftlichen Aktivitäten im Beiersdorf Konzern zu zeigen, werden über die operativen Segmente hinaus noch Informationen zu den geografischen Regionen präsentiert. Die Außenumsätze in den Regionen zeigen die Umsatzentwicklung nach Sitz der Gesellschaften.

Konzerngesellschaften mit Sitz in Deutschland erzielten 2021 einen Umsatz in Höhe von 1.433 Mio. € (Vorjahr: 1.390 Mio. €) und bilanzierten langfristige Vermögenswerte (nicht enthalten sind Finanzinstrumente, latente Steuern und Planvermögen) in Höhe von 1.330 Mio. € (Vorjahr: 1.232 Mio. €).

Das **organische Umsatzwachstum** zeigt das nominale Umsatzwachstum, bereinigt um Wechselkurseffekte sowie strukturelle Effekte aus Akquisitionen und Divestments.

Das **EBIT ohne Sondereffekte** zeigt das betriebliche Ergebnis (EBIT), bereinigt um einmalige, nicht operative Geschäftsvorfälle.

Das **EBITDA** zeigt das betriebliche Ergebnis (EBIT) vor Abschreibungen, Amortisation und Wertberichtigungen.

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

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

Das **operative Netto-Vermögen** in Höhe von 2.249 Mio. € (Vorjahr: 2.205 Mio. €) ergibt sich aus dem operativen Brutto-Vermögen abzüglich operativer Verbindlichkeiten. Die Überleitung des operativen Netto-Vermögens zu den Bilanzpositionen zeigt die folgende Tabelle:

ÜBERLEITUNG DES OPERATIVEN NETTO-VERMÖGENS ZU DEN BILANZPOSITIONEN (IN MIO. €)

	31.12.2020	31.12.2021
Aktiva		
Immaterielle Vermögenswerte	545	538
Sachanlagen	1.630	1.845
Vorräte	1.001	1.144
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.244	1.306
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte (nicht enthalten sind Steuerforderungen)	134	202
Operatives Brutto-Vermögen	4.554	5.035
Nicht-operatives Brutto-Vermögen	5.651	6.264
Gesamt Aktiva laut Bilanz	10.205	11.299
Passiva		
Übrige Rückstellungen	623	709
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.642	1.973
Übrige Verbindlichkeiten (nicht enthalten sind Ertragsteuerverbindlichkeiten)	84	104
Operative Verbindlichkeiten	2.349	2.786
Eigenkapital	6.263	6.894
Nicht-operative Verbindlichkeiten	1.593	1.619
Gesamt Passiva laut Bilanz	10.205	11.299

Konsolidierungskreis, Akquisitionen und Divestments

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss werden neben der Beiersdorf AG 16 deutsche (Vorjahr: 17) und 160 internationale (Vorjahr: 160) Gesellschaften einbezogen, die die Beiersdorf AG mittelbar oder unmittelbar beherrscht.

Im Geschäftsjahr kamen zwei Gesellschaften, die in den Konzernabschluss der Beiersdorf AG einbezogen werden, neu hinzu. Darüber hinaus wurden zwei Gesellschaften aufgelöst und eine Gesellschaft verkauft.

Anteilsbesitzliste der Beiersdorf AG

Die Angaben zum Anteilsbesitz der Beiersdorf AG erfolgen im Kapitel „Weitere Informationen“. In der Aufstellung werden Unternehmen/Beteiligungen aufgelistet, an denen die Beiersdorf AG 5 % oder mehr der Anteile und/oder der Stimmrechte hält. Im Wesentlichen entspricht diese Auflistung den Angaben des Vorjahrs.

Wesentliche Akquisitionen

Im Berichts- und Vorjahr wurden im Beiersdorf Konzern keine wesentlichen Akquisitionen durchgeführt.

Wesentliche Divestments

Mit Wirkung zum 31. August 2021 hat die tesa SE die Tochtergesellschaft tesa scribos GmbH für eine Gegenleistung von 13 Mio. € verkauft. Das tesa scribos Geschäft umfasst das Design, die Veredelung und Weiterverarbeitung von funktionalen Klebebändern und Etiketten mit dem Fokus auf Fälschungsschutz, Produktverfolgung und Diebstahlsicherung. Das Ergebnis aus der Veräußerung der Gesellschaft in Höhe von 9 Mio. € ist vollständig den Sondereffekten zugeordnet. Darüber hinaus gab es im Konzern im Berichts- und Vorjahr keine wesentlichen Divestments.

Inanspruchnahme von Befreiungsvorschriften

Folgende in den Konzernabschluss der Beiersdorf AG einbezogene deutsche Tochtergesellschaften machten im Geschäftsjahr 2021 von der Befreiungsvorschrift des § 264 Abs. 3 HGB Gebrauch:

- Beiersdorf Manufacturing Hamburg GmbH, Hamburg
- Beiersdorf Manufacturing Berlin GmbH, Berlin
- Beiersdorf Manufacturing Waldheim GmbH, Waldheim
- La Prairie Group Deutschland GmbH, Baden-Baden
- Produits de Beauté Produktions GmbH, Baden-Baden
- Beiersdorf Shared Services GmbH, Hamburg

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

01 Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse lagen im Geschäftsjahr 2021 bei 7.627 Mio. € (Vorjahr: 7.025 Mio. €). Eine Unterteilung der Umsätze und ihre Entwicklung sind im Lagebericht, in der Segmentberichterstattung und der Berichterstattung nach Regionen dargelegt.

02 Kosten der umgesetzten Leistungen

Die Kosten der umgesetzten Leistungen betragen 3.267 Mio. € (Vorjahr: 2.984 Mio. €). In dieser Position sind neben den Vorräten, die als Aufwand in der Berichtsperiode erfasst worden sind, auch die direkten Aufwendungen der Vertriebslogistik enthalten.

03 Marketing- und Vertriebskosten

Die Marketing- und Vertriebskosten betragen 2.675 Mio. € (Vorjahr: 2.485 Mio. €). Darin sind Aufwendungen für klassische Werbung, Werbung am Verkaufsort (Point of Sale) und ähnliche Positionen in Höhe von 1.689 Mio. € (Vorjahr: 1.554 Mio. €) enthalten.

04 Allgemeine Verwaltungskosten

Die allgemeinen Verwaltungskosten lagen im abgelaufenen Geschäftsjahr bei 448 Mio. € (Vorjahr: 400 Mio. €). In dieser Position werden die Personal- und Sachkosten der Verwaltung sowie die Kosten für externe Dienstleistungen ausgewiesen, soweit sie nicht anderen Funktionsbereichen zugeordnet werden.

05 Sonstige betriebliche Erträge

(IN MIO. €)

	2020	2021
Gewinne aus Anlagenabgängen und Abgängen von sonstigen Vermögenswerten	1	3
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	36	57
Sonstige Erträge	189	183
	226	243

Die Gewinne aus Anlagenabgängen und Abgängen von sonstigen Vermögenswerten ergaben sich aus der Veräußerung von nicht mehr benötigten Grundstücken und anderem Anlagevermögen. Die Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen resultierten unter anderem aus nicht benötigten Personal-, Prozessrisiko- sowie sonstigen Rückstellungen. Die sonstigen Erträge enthalten Erträge aus der Auflösung von nicht benötigten abgegrenzten Verbindlichkeiten sowie Wertberichtigungen zu Forderungen und weitere aperiodische Erträge. Darüber hinaus beinhalten die sonstigen Erträge 30 Mio. € (Vorjahr: 78 Mio. €) aus der Umsetzung eines im Zuge der Coppertone-Akquisition übernommenen Liefervertrags.

06 Sonstige betriebliche Aufwendungen

(IN MIO. €)

	2020	2021
Restrukturierungsaufwendungen	48	54
Währungsergebnis aus dem operativen Geschäft	14	-5
Verluste aus Anlagenabgängen	4	3
Abschreibungen/Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte aus Akquisitionen	17	15
Sonstige Aufwendungen	225	212
	308	279

Die Restrukturierungsaufwendungen betreffen insbesondere Maßnahmen in der Supply-Chain-Organisation sowie andere laufende Reorganisationen. Die Abschreibungen und Wertminderungen der immateriellen Vermögenswerte zeigen Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte aus Akquisitionen in Höhe von 6 Mio. € (Vorjahr: 7 Mio. €) und eine Wertminderung von 9 Mio. € auf den Geschäfts- oder Firmenwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit tesa Twinlock. Im Vorjahr war in dieser Position eine Wertminderung des Geschäfts- oder Firmenwertes der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Nordostasien in Höhe von 10 Mio. € enthalten.

In den sonstigen Aufwendungen sind die Aufwendungen im Zusammenhang mit dem „Care Beyond Skin“-Spendenprogramm in Höhe von 6 Mio. € (Vorjahr: 24 Mio. €) sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit der Integration des erworbenen Coppertone-Geschäfts und der Vorbereitung der Chantecaille-Akquisition in Höhe von 17 Mio. € enthalten. Die sonstigen Aufwendungen umfassen außerdem Aufwendungen aus einem im Zuge der Coppertone-Akquisition übernommenen Liefervertrag in Höhe von 28 Mio. € (Vorjahr: 62 Mio. €). Des Weiteren beinhalten die sonstigen Aufwendungen Zuführungen zu Rückstellungen für rechtliche und sonstige Risiken und andere betriebliche Aufwendungen.

07 Finanzergebnis

(IN MIO. €)

	2020	2021
Zinserträge	33	32
Zinsaufwendungen	-13	-14
Pensionsergebnis	-9	-8
Übriges Finanzergebnis	-18	-36
	-7	-26

Die Zinserträge resultieren hauptsächlich aus den Positionen „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“ sowie „Kurzfristige Wertpapiere“ und „Langfristige Wertpapiere“. Die hierin enthaltenen Zinserträge aus Finanzinvestitionen, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet wurden, betragen 16 Mio. € (Vorjahr: 16 Mio. €). Die Zinserträge aus Finanzinvestitionen, die erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertet wurden, betragen 3 Mio. € (Vorjahr: 4 Mio. €). In den Zinsaufwendungen sind auch Zinsaufwendungen aus Steuernachveranlagungen sowie Zinsaufwendungen aus Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 3 Mio. € (Vorjahr: 3 Mio. €) im Jahr 2021 erfasst. Im Pensionsergebnis werden Aufwendungen aus der Aufzinsung der in den Vorjahren eingegangenen Nettopensionsverpflichtung ausgewiesen. Das übrige Finanzergebnis enthält negative Effekte aus der Veränderung des beizulegenden Zeitwerts von kurzfristigen Wertpapieren der Kategorie Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert (FVPL). Die relevanten Finanzanlagen wurden im Laufe des Geschäftsjahres 2021 minimiert. Außerdem sind Wertminderungen bei operativen Beteiligungen sowie Effekte aus Wechselkursentwicklungen enthalten.

08 Ertragsteuern

Der Ertragsteueraufwand einschließlich der latenten Steuern setzt sich wie folgt zusammen:

(IN MIO. €)

	2020	2021
Tatsächliche Ertragsteuern		
Deutschland	64	76
International	191	193
	255	269
Latente Steuern	-11	-17
	244	252

Überleitung des tatsächlichen Ertragsteueraufwands

Der tatsächlich erfasste Ertragsteueraufwand liegt bei einer effektiven Steuerquote von 27,8 % (Vorjahr: 29,7 %) um 40 Mio. € (Vorjahr: 42 Mio. €) über dem erwarteten Ertragsteueraufwand. Der erwartete Steuersatz wird als gewichteter Durchschnitt aus den Steuersätzen der einzelnen Konzerngesellschaften ermittelt und beträgt 23,3 % (Vorjahr: 24,6 %).

Die Überleitung vom erwarteten zum tatsächlich erfassten Ertragsteueraufwand zeigt die folgende Tabelle:

TATSÄCHLICHER ERTRAGSTEUERAUFWAND (IN MIO. €)

	2020	2021
Erwarteter Ertragsteueraufwand bei einem Steuersatz von 23,3 % (Vorjahr: 24,6 %)	202	212
Steuern Vorjahre	-4	-14
Steuererminderungen aufgrund steuerfreier Erträge	-8	-18
Steuerermehrungen aufgrund steuerlich nicht abzugsfähiger Wertminderung des Geschäfts- oder Firmenwerts	2	2
Steuerermehrungen aufgrund sonstiger steuerlich nicht abzugsfähiger Aufwendungen	32	53
Steuererminderungen aufgrund der Nutzung/ Aktivierung bislang nicht angesetzter steuerlicher Verlustvorträge	-4	-9
Steuerermehrungen aufgrund der Nichtansetzung steuerlicher Verlustvorträge	12	16
Sonstige Steuereffekte	12	10
Tatsächlicher Ertragsteueraufwand	244	252

Es bestehen steuerliche Verlustvorträge und noch nicht genutzte Steuergutschriften in Höhe von 255 Mio. € (Vorjahr: 168 Mio. €), für die keine aktiven latenten Steuern bilanziert worden sind, deren Verfallsdaten nachfolgend dargestellt sind.

Bei der Ermittlung der Höhe der latenten Steueransprüche, die aktiviert werden können, ist eine wesentliche Ermessensausübung des Managements bezüglich des erwarteten Eintrittszeitpunkts und der Höhe des künftig zu versteuernden Einkommens erforderlich. Auf Basis positiver Einschätzungen der Geschäftsentwicklung wird davon ausgegangen, dass das künftige steuerliche Einkommen mit hinreichender Wahrscheinlichkeit ausreichen wird, um die aktivierten latenten Steuern realisieren zu können.

VERFALLSDATEN STEUERLICHER VERLUSTVORTRÄGE UND NOCH NICHT GENUTZTER STEUERGUTSCHRIFTEN (IN MIO. €)

	31.12.2020	31.12.2021
Verfallsdatum innerhalb von		
1 Jahr	-	1
2 Jahren	1	1
3 Jahren	1	6
mehr als 3 Jahren	121	170
Unbegrenzt vortragsfähig	45	77
	168	255

Die latenten Steuern betreffen die folgenden Bilanzpositionen und Sachverhalte:

ZUORDNUNG DER LATENTEN STEUERN (IN MIO. €)

	Latente Steueransprüche		Latente Steuerverbindlichkeiten	
	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2021
Langfristige Vermögenswerte	13	15	73	90
Vorräte	31	33	-	-
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	14	15	17	17
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	158	119	1	1
Übrige Rückstellungen	57	75	27	28
Verbindlichkeiten	104	121	3	3
Thesaurierte Gewinne	-	-	15	30
Verlustvorräte	35	45	-	-
	412	423	136	169
Saldierungen	-123	-131	-123	-131
Latente Steuern in der Bilanz	289	292	13	38

Insgesamt ergab sich im Geschäftsjahr saldiert ein latenter Steueranspruch in Höhe von 254 Mio. € (Vorjahr: 276 Mio. €). Von der Veränderung in Höhe von -22 Mio. € (Vorjahr: 16 Mio. €) wurden erfolgsneutral und eigenkapitalmindernd 41 Mio. € gebildet (Vorjahr: eigenkapitalerhöhend 21 Mio. €). 17 Mio. € (Vorjahr: 11 Mio. €) wurden ertragswirksam erfasst. Währungseffekte beeinflussten die Position mit 2 Mio. € (Vorjahr: -16 Mio. €).

Auf thesaurierte Gewinne ausländischer Tochtergesellschaften werden grundsätzlich keine latenten Steuern abgegrenzt, da diese Gewinne aus heutiger Sicht in den Unternehmen permanent investiert bleiben sollen. In Fällen, in denen Ausschüttungen geplant sind, werden die steuerlichen Konsequenzen solcher Ausschüttungen abgegrenzt. Für die Berechnung wird der jeweils anzuwendende Quellensteuersatz, gegebenenfalls unter Berücksichtigung der deutschen Besteuerung von ausgeschütteten Dividenden, herangezogen. Im Berichtsjahr sind hierfür 30 Mio. € (Vorjahr: 15 Mio. €) passive latente Steuern angesetzt worden.

Ertragsteuerforderungen sind zum Bilanzstichtag angestiegen aufgrund von Erstattungsansprüchen aus der Nutzung von Verlustrücktragsmöglichkeiten sowie durch Forderungen in Zusammenhang mit unsicheren Steuerpositionen nach IFRIC 23.

09 Unverwässertes/Verwässertes Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie liegt für 2021 bei 2,81 € (Vorjahr: 2,47 €). Basis für die Berechnung ist das Ergebnis nach Steuern ohne das Ergebnis der Anteilseigner*innen ohne beherrschenden Einfluss. Die Beiersdorf AG hält unverändert 25.181.016 eigene Aktien. Diese wurden für die Berechnung des Ergebnisses je Aktie von den insgesamt bestehenden 252.000.000 Stück in Abzug gebracht, so dass das Ergebnis unverändert bezogen auf 226.818.984 Stück errechnet wurde. Da keine Finanzinstrumente ausstehen, die in Aktien umgetauscht werden können, ergibt sich kein abweichendes verwässertes Ergebnis je Aktie.

Erläuterungen zur Bilanz

10 Immaterielle Vermögenswerte

ANSCHAFFUNGSKOSTEN (IN MIO. €)

	Immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer	Immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer	Geschäfts- oder Firmenwerte	Gesamt
01.01.2020	509	243	274	1.026
Währungsänderungen	-10	-	-16	-26
Veränderungen im Konsolidierungskreis/Akquisitionen	-	-	-	-
Zugänge	9	-	-	9
Abgänge	-	-	-	-
Umbuchungen	8	-	-	8
31.12.2020/01.01.2021	516	243	258	1.017
Währungsänderungen	-29	-	13	-16
Veränderungen im Konsolidierungskreis/Akquisitionen	-	-	-	-
Zugänge	11	-	-	11
Abgänge	-15	-	-	-15
Umbuchungen	4	-	-	4
31.12.2021	487	243	271	1.001

ABSCHREIBUNGEN/WERTMINDERUNGEN (IN MIO. €)

	Immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer	Immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer	Geschäfts- oder Firmenwerte	Gesamt
01.01.2020	385	50	10	445
Währungsänderungen	-6	-	-1	-7
Veränderungen im Konsolidierungskreis/Akquisitionen	-	-	-	-
Zugänge	24	-	10	34
Abgänge	-	-	-	-
Umbuchungen	-	-	-	-
31.12.2020/01.01.2021	403	50	19	472
Währungsänderungen	-30	-	-1	-31
Veränderungen im Konsolidierungskreis/Akquisitionen	-	-	-	-
Zugänge	26	-	9	35
Abgänge	-13	-	-	-13
Umbuchungen	-	-	-	-
31.12.2021	386	50	27	463

BUCHWERTE (IN MIO. €)

	Immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer	Immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer	Geschäfts- oder Firmenwerte	Gesamt
31.12.2020	113	193	239	545
31.12.2021	101	193	244	538

Geschäfts- oder Firmenwerte und Immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer

Die Buchwerte der Geschäfts- oder Firmenwerte haben sich im Vergleich zum Vorjahr um 5 Mio. € auf 244 Mio. € (Vorjahr: 239 Mio. €) erhöht.

Die Geschäfts- oder Firmenwerte im Unternehmensbereich Consumer enthalten im Wesentlichen den Geschäfts- oder Firmenwert in der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Nordamerika in Höhe von 159 Mio. € (Vorjahr: 146 Mio. €) sowie den auf die Beiersdorf AG (Schweiz) entfallenden Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 57 Mio. € (Vorjahr: 54 Mio. €). Die Veränderung zum Vorjahr ist jeweils auf Wechselkursänderungen zurückzuführen.

Die immateriellen Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer enthalten im Wesentlichen erworbene Markenrechte aus dem Erwerb des Coppertone-Geschäfts von 188 Mio. € (Vorjahr: 188 Mio. €). Die Markenrechte von 188 Mio. € sind in ihren Märkten etabliert und werden auch in Zukunft weiterhin beworben. Sie stellen daher immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer dar. Zum 31. Dezember 2021 wurden zum Zwecke der Beurteilung der Werthaltigkeit bilanzierter Geschäfts- oder Firmenwerte sowie der Markenrechte alle relevanten zahlungsmittelgenerierenden Einheiten einem Werthaltigkeitstest unterzogen. Hierbei wurde der erzielbare Betrag auf Basis der Berechnung eines Nutzungswertes unter Verwendung von Cashflow-Prognosen ermittelt. Die den Werthaltigkeitstests zu Grunde liegenden geschätzten wesentlichen Schätzparameter waren unter anderem Marktanteile und Umsatzwachstumsraten sowie Preisentwicklungen bei Rohstoffen, Bruttogewinnmargen als auch entsprechende Diskontierungssätze. Die Detailplanung sieht jeweils ein moderates Umsatzwachstum sowie eine im Konzern geschäftsübliche EBIT-Umsatzrendite vor. Die geschätzten zu-

künftigen Cashflows basieren auf der Finanzplanung mit einem Planungshorizont von fünf Jahren. Cashflows jenseits der Planungsperiode werden unter Anwendung einer individuellen Wachstumsrate unter Berücksichtigung relevanter Marktinformationen extrapoliert. Dieser Wachstumsrate jenseits des Planungshorizonts (ewige Wachstumsrate) liegt für Nordamerika und die Schweiz jeweils ein Prozentsatz von 1,0 % (Vorjahr: 1,0 %) zu Grunde. Der zur Diskontierung der geschätzten Cashflows herangezogene gewichtete Vorsteuerriskierungssatz beträgt für Nordamerika 5,6 % (Vorjahr: 5,3 %) und für die Schweiz 4,2 % (Vorjahr: 4,4 %).

Aufgrund des erhöhten Wettbewerbsdrucks sowie steigenden Beschaffungspreisen und der damit einhergehenden schlechteren erwarteten Cashflows in der zahlungsmittelgenerierenden Einheit tesa Twinlock ergab sich im Rahmen des Werthaltigkeitstests eine Wertminderung von 9 Mio. € auf den Geschäfts- oder Firmenwert. Die Wertminderung wurde in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst und entfällt auf den Unternehmensbereich tesa.

Aus den Werthaltigkeitstests aller anderen zahlungsmittelgenerierenden Einheiten hat sich im Berichtsjahr kein Wertminderungsbedarf eines Geschäfts- oder Firmenwerts oder von Markenrechten ergeben. Für diese zahlungsmittelgenerierenden Einheiten geht der Konzern davon aus, dass auch bei nach vernünftigem Ermessen grundsätzlich möglichen Änderungen der Parameter des Werthaltigkeitstests der erzielbare Betrag den Buchwert des Geschäfts- oder Firmenwerts übertrifft. In dieser Betrachtung sind auch mögliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie berücksichtigt. Diese betreffen im Wesentlichen die Absatzmärkte und damit die Entwicklung der prognostizierten Umsätze.

11 Sachanlagen

Eigene Sachanlagen

ANSCHAFFUNGSKOSTEN (IN MIO. €)

	Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
01.01.2020	990	1.150	730	252	3.122
Währungsänderungen	-38	-33	-22	-7	-100
Veränderungen im Konsolidierungskreis/Akquisitionen	-	-	-	-	-
Zugänge	9	37	43	182	271
Abgänge	-	-12	-25	-6	-43
Umbuchungen	5	52	15	-79	-7
31.12.2020/01.01.2021	966	1.194	741	342	3.243
Währungsänderungen	15	10	10	5	40
Veränderungen im Konsolidierungskreis/Akquisitionen	-	-	-	-	-
Zugänge	21	27	47	307	402
Abgänge	-48	-39	-43	-18	-148
Umbuchungen	38	53	12	-109	-6
31.12.2021	992	1.245	767	527	3.531

ABSCHREIBUNGEN/WERTMINDERUNGEN (IN MIO. €)

	Grundstücke, grundstücks- gleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
01.01.2020	410	734	536	-	1.680
Währungsänderungen	-7	-14	-13	-1	-35
Veränderungen im Konsolidierungskreis/Akquisitionen	-	-	-	-	-
Zugänge	29	70	61	-	160
Abgänge	-	-10	-24	-	-34
Umbuchungen	-	-	-	-	-
31.12.2020/01.01.2021	432	780	560	-1	1.771
Währungsänderungen	5	6	6	-	17
Veränderungen im Konsolidierungskreis/Akquisitionen	-	-	-	-	-
Zugänge	37	85	63	-	185
Abgänge	-32	-32	-39	-	-103
Umbuchungen	-	-	-	-	-
31.12.2021	442	839	590	-1	1.870

BUCHWERTE (IN MIO. €)

	Grundstücke, grundstücks- gleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
31.12.2020	534	414	181	343	1.472
31.12.2021	550	406	177	528	1.661

Der Buchwert der Sachanlagen betrug 1.661 Mio.€ (Vorjahr: 1.472 Mio.€). Die Zugänge zum Sachanlagevermögen betrugen 402 Mio.€ (Vorjahr: 271 Mio.€). Die Investitionen betrafen im Wesentlichen die Werke der beiden

Unternehmensbereiche Consumer und tesa sowie den Bau der neuen Konzernzentrale.

Leasing-Nutzungsrechte

ANSCHAFFUNGSKOSTEN (IN MIO. €)

	Grundstücke, grundstücks- gleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
01.01.2020	201	4	33	1	239
Währungsänderungen	-9	-	-2	-	-11
Veränderungen im Konsolidierungskreis/Akquisitionen	-	-	-	-	-
Zugänge	40	1	16	-	57
Abgänge	-7	-1	-5	-	-13
Umbuchungen	-	-	1	-1	-
31.12.2020/01.01.2021	225	4	43	-	272
Währungsänderungen	8	-	-	-	8
Veränderungen im Konsolidierungskreis/Akquisitionen	-	-	-	-	-
Zugänge	77	1	11	-	89
Abgänge	-22	-	-9	-	-31
Umbuchungen	-	-	-	-	-
31.12.2021	288	5	45	-	338

ABSCHREIBUNGEN/WERTMINDERUNGEN (IN MIO. €)

	Grundstücke, grundstücks- gleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
01.01.2020	49	1	12	-	62
Währungsänderungen	-2	-	-2	-	-4
Veränderungen im Konsolidierungskreis/Akquisitionen	-	-	-	-	-
Zugänge	47	1	15	-	63
Abgänge	-3	-1	-3	-	-7
Umbuchungen	-	-	-	-	-
31.12.2020/01.01.2021	91	1	22	-	114
Währungsänderungen	3	-	-	-	3
Veränderungen im Konsolidierungskreis/Akquisitionen	-	-	-	-	-
Zugänge	53	1	13	-	67
Abgänge	-21	-	-9	-	-30
Umbuchungen	-	-	-	-	-
31.12.2021	126	2	26	-	154

BUCHWERTE (IN MIO. €)

	Grundstücke, grundstücks- gleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
31.12.2020	134	3	21	-	158
31.12.2021	162	3	19	-	184

BUCHWERTE SACHANLAGEN GESAMT (IN MIO. €)

	Grundstücke, grundstücks- gleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
31.12.2020	668	417	202	343	1.630
Eigene Sachanlagen	534	414	181	343	1.472
Leasing-Nutzungsrechte	134	3	21	-	158
31.12.2021	712	409	196	528	1.845
Eigene Sachanlagen	550	406	177	528	1.661
Leasing-Nutzungsrechte	162	3	19	-	184

Der Beiersdorf Konzern mietet im Bereich Immobilien im Wesentlichen Büroflächen, Läger und Ladenflächen. Die Leasingvertragskonditionen werden individuell ausgehandelt und beinhalten eine Vielzahl von unterschiedlichen Konditionen. Mietverträge werden in der Regel für drei bis zehn Jahre abgeschlossen und können Verlängerungs- oder Kündigungsoptionen enthalten. Die Kategorie „Betriebs- und Geschäftsausstattung“ umfasst vor allem Leasingfahrzeuge.

Weitere Informationen in Bezug auf die Leasing-Nutzungsrechte, Leasingverbindlichkeiten und Leasingaufwendungen finden sich im Abschnitt „Grundlagen und Methoden“ sowie in den Anhangangaben 7 und 29.

12 Vorräte

(IN MIO. €)

	31.12.2020	31.12.2021
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	217	266
Unfertige Erzeugnisse	56	63
Fertige Erzeugnisse, Handelswaren	725	811
Anzahlungen	3	4
	1.001	1.144

Die Vorräte erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um 143 Mio.€ auf 1.144 Mio.€, davon waren 176 Mio.€ (Vorjahr: 204 Mio.€) zu ihrem Nettoveräußerungswert bilanziert. Die Wertberichtigungen auf Vorräte betragen zum Bilanzstichtag 87 Mio.€ (Vorjahr: 94 Mio.€).

13 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

(IN MIO. €)

	31.12.2020	31.12.2021
Buchwert	1.244	1.306
Davon überfällig:		
1 bis 30 Tage	71	68
31 bis 60 Tage	8	14
mehr als 60 Tage	7	32

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind gemäß IFRS 9 der Bewertungskategorie „Zu fortgeführten Anschaffungskosten“ zugeordnet. Sie werden zu Anschaffungskosten abzüglich Wertminderungen bewertet.

Die Wertberichtigungen auf Forderungen haben sich wie folgt entwickelt:

WERTBERICHTIGUNGEN (IN MIO. €)

	2020	2021
01.01.	48	51
Währungsänderungen	-3	1
Zuführungen	20	16
Inanspruchnahmen	-	-1
Auflösungen	-14	-17
31.12.	51	50

Weitere Information zu der Berechnung ist im Anhang im Abschnitt 28 „Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten, Finanzrisikomanagement und derivativen Finanzinstrumenten“ enthalten.

14 Sonstige Vermögenswerte

Die sonstigen langfristigen Vermögenswerte bestehen aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen, Beteiligungen an nicht konsolidierten Tochtergesellschaften, sonstigen Beteiligungen sowie übrigen Vermögenswerten. Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte setzen sich aus sonstigen Forderungen, derivativen Finanzinstrumenten und Finanzforderungen zusammen. Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte umfassen im Wesentlichen sonstige Steuerforderungen und Rechnungsabgrenzungsposten.

15 Wertpapiere

(IN MIO. €)

	31.12.2020	31.12.2021
Langfristige Wertpapiere	3.415	3.937
Zu fortgeführten Anschaffungskosten	3.415	3.937
Kurzfristige Wertpapiere	647	616
Zu fortgeführten Anschaffungskosten	222	397
Ergebnisneutral zum beizulegenden Zeitwert	313	203
Ergebniswirksam zum beizulegenden Zeitwert	112	16
	4.062	4.553

Der Beiersdorf Konzern hält insgesamt 4.553 Mio.€ (Vorjahr: 4.062 Mio.€) an börsennotierten Staats- und Industrieanleihen, Commercial Papers, geldmarktnahen Publikumsfonds sowie Aktien und Aktienfonds. Bei Wertpapieren mit einem Buchwert von 3.937 Mio.€ (Vorjahr: 3.415 Mio.€) wird mit einer Realisierung später als zwölf Monate nach dem Bilanzstichtag gerechnet. Langfristige Wertpapiere haben eine Laufzeit von bis zu acht Jahren.

Auf Wertpapiere zu fortgeführten Anschaffungskosten sowie erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere werden Wertminderungen anhand der erwarteten Kreditausfälle der nächsten zwölf Monate gebildet. Am Ende der Periode betrug die Wertminderung insgesamt 5 Mio.€. Weitere Informationen finden sich im Abschnitt 28 „Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten, Finanzrisikomanagement und derivativen Finanzinstrumenten“.

16 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

(IN MIO. €)

	31.12.2020	31.12.2021
Zahlungsmittel	968	953
Zahlungsmitteläquivalente	37	83
	1.005	1.036

Die Zahlungsmittel umfassen Guthaben bei Kreditinstituten, Kassenbestände und Schecks. Bei den Zahlungsmitteläquivalenten handelt es sich um kurzfristige liquide Anlagen wie Geldmarktfonds, die jederzeit in bestimmte Zahlungsmittelbeträge umgewandelt werden können und nur unwesentlichen Wertschwankungsrisiken unterliegen. Aufgrund der sehr kurzen Laufzeiten (z. B. täglich fällig) und der Bonität unserer Vertragspartner erfolgt keine Wertminderung basierend auf erwarteten Kreditverlusten.

17 Angaben zum Kapitalmanagement

Der Beiersdorf Konzern verfolgt das Ziel, die Eigenkapitalbasis nachhaltig zu sichern und eine angemessene Rendite auf das eingesetzte Kapital zu erwirtschaften. Zum 31. Dezember 2021 lag die Eigenkapitalquote bei 61 % (Vorjahr: 61 %) und die EBIT-Rendite auf das operative Netto-Vermögen bei 42 % (Vorjahr: 38 %). Die ausgeschütteten Dividenden im Geschäftsjahr 2021 betrugen 177 Mio. € (Vorjahr: 177 Mio. €). Für die Dividende der Beiersdorf AG von 159 Mio. € (Vorjahr: 159 Mio. €) entspricht das einer Ausschüttung von 0,70 € (Vorjahr: 0,70 €) je dividendenberechtigter Stückaktie.

18 Gezeichnetes Kapital

Das Grundkapital der Beiersdorf Aktiengesellschaft beträgt 252 Mio. € (Vorjahr: 252 Mio. €) und ist in 252 Millionen auf ihre Inhaber*innen lautende Stückaktien eingeteilt, die am Grundkapital der Gesellschaft in gleichem Umfang beteiligt sind. Die Beiersdorf Aktiengesellschaft hält seit Abwicklung des Aktienrückenwerbs am 3. Februar 2004 und nach Durchführung des Aktiensplits im Jahr 2006 25.181.016 Stückaktien. Dies entspricht 9,99 % des Grundkapitals der Gesellschaft.

19 Genehmigtes Kapital

Die Hauptversammlung hat am 29. April 2020 den Vorstand ermächtigt, das Grundkapital in der Zeit bis zum 28. April 2025 mit Zustimmung des Aufsichtsrats um bis zu insgesamt 92 Mio. € (genehmigtes Kapital I: 42 Mio. €; genehmigtes Kapital II: 25 Mio. €; genehmigtes Kapital III: 25 Mio. €) durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer auf ihre Inhaber*innen lautender Stückaktien zu erhöhen. Dabei kann die Gewinnberechtigung neuer Aktien abweichend von § 60 Abs. 2 AktG bestimmt werden.

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

- zum Ausgleich von infolge einer Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen entstehenden Spitzenbeträgen (genehmigte Kapitalien I, II, III);
- soweit dies erforderlich ist, um Inhaber*innen/Gläubiger*innen der von der Beiersdorf Aktiengesellschaft oder ihren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften ausgegebenen Wandel- bzw. Optionsschuldverschreibungen ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung der Wandlungs- oder Optionsrechte bzw. nach Erfüllung der Wandlungspflicht zustehen würde (genehmigte Kapitalien I, II, III);
- wenn der auf die neuen Aktien, für die das Bezugsrecht ausgeschlossen wird, insgesamt entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals zehn vom Hundert des im Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung bzw. - falls dieser Wert niedriger ist - im Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien vorhandenen Grundkapitals nicht übersteigt und der Ausgabebetrag der neuen Aktien den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabebetrags, welche möglichst zeitnah zur Platzierung der Aktien erfolgen soll, nicht wesentlich unterschreitet. Sofern während der Laufzeit des genehmigten Kapitals von anderen Ermächtigungen zur Ausgabe oder zur Veräußerung von Aktien der Gesellschaft oder zur Ausgabe von Rechten, die den Bezug von Aktien der Gesellschaft ermöglichen oder zu ihm verpflichten, Gebrauch gemacht und dabei das Bezugsrecht gemäß oder entsprechend § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgeschlossen wird, ist dies auf die vorstehend genannte 10%-Grenze anzurechnen (genehmigtes Kapital II);
- bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen oder von Beteiligungen an Unternehmen (genehmigtes Kapital III).

Von den vorstehenden Ermächtigungen zum Ausschluss des Bezugsrechts darf der Vorstand jeweils nur in einem solchen Umfang Gebrauch machen, dass der anteilige Betrag der insgesamt unter Ausschluss des Bezugsrechts ausgegebenen Aktien weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigungen noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigungen 10 % des Grundkapitals überschreitet. Sofern während der Laufzeit eines genehmigten Kapitals bis zu seiner Ausnutzung von anderen Ermächtigungen zur Ausgabe oder zur Veräußerung von Aktien der Gesellschaft oder zur Ausgabe von Rechten, die den Bezug von Aktien der Gesellschaft ermöglichen oder zu ihm verpflichten, Gebrauch gemacht und dabei das Bezugsrecht ausgeschlossen wird, ist dies auf die vorstehend genannte Grenze anzurechnen.

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

20 Bedingtes Kapital

Die Hauptversammlung hat am 29. April 2020 ferner beschlossen, das Grundkapital um bis zu insgesamt 42 Mio. €, eingeteilt in bis zu 42 Millionen auf ihre Inhaber*innen lautende Stückaktien, bedingt zu erhöhen. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nach dem zu Grunde liegenden Hauptversammlungsbeschluss nur insoweit durchgeführt, wie

1. die Inhaber*innen bzw. Gläubiger*innen von Wandlungs- und/oder Optionsrechten, die mit den von der Beiersdorf Aktiengesellschaft oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften bis zum 28. April 2025 auszugebenden Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen verbunden sind, von ihrem Wandlungs- bzw. Optionsrecht Gebrauch machen oder
2. die zur Wandlung verpflichteten Inhaber*innen bzw. Gläubiger*innen der von der Beiersdorf Aktiengesellschaft oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften bis zum 28. April 2025 auszugebenden Wandelschuldverschreibungen ihre Pflicht zur Wandlung erfüllen

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

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

Der Vorstand wurde ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Durchführung einer bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen.

21 Kapitalrücklage

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

22 Gewinnrücklagen

Die Gewinnrücklagen enthalten das Netto-Ergebnis des Geschäftsjahres sowie die in der Vergangenheit erzielten Ergebnisse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, soweit sie nicht ausgeschüttet wurden. Darüber hinaus sind die versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste aus der Neubewertung der leistungsorientierten Verpflichtungen der Vorjahre enthalten. Die Gewinnrücklagen beinhalten eine Kürzung um die Anschaffungskosten der 25.181.016 eigenen Aktien der Beiersdorf AG von 955 Mio. €.

23 Kumuliertes sonstiges Konzernergebnis

Unterschied aus der Währungsumrechnung

Der Eigenkapitalposten für Währungsumrechnung dient der Erfassung von Differenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse von Tochtergesellschaften, die nicht den Euro als funktionale Währung haben.

Sicherungsinstrumente aus der Absicherung von Zahlungsströmen

In dieser Position wird die Marktbewertung von Finanzinstrumenten, die zukünftige Zahlungsströme absichern, ausgewiesen. Zum Bilanzstichtag wurden Marktwerte in Höhe von -10 Mio. € (Vorjahr: 2 Mio. €) nach Abzug latenter Steuern erfolgsneutral erfasst.

Eigenkapital und Fremdkapitalinstrumente

Die Position enthält Marktwertänderungen auf Wertpapiere der Kategorie „Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert“ in Höhe von 2 Mio. € nach Abzug latenter Steuern. Diese Position enthält auch die Wertminderungen auf Wertpapiere der Kategorie „Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert“.

Ebenso werden Marktwertänderungen auf Eigenkapitalinstrumente, die unter IFRS 9 der Kategorie „Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert“ zugeordnet wurden, hier erfasst. Im Geschäftsjahr wurden Marktwertänderungen in Höhe von 8 Mio. € erfasst. Davon sind 7 Mio. € durch Verkauf realisiert und in die Gewinnrücklagen umgegliedert worden.

24 Dividenden

Nach dem deutschen Aktiengesetz wird die Dividende aus dem im handelsrechtlichen Einzelabschluss der Beiersdorf AG ausgewiesenen Bilanzgewinn ausgeschüttet. Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,70 € je dividendenberechtigter Stückaktie vorschlagen. Die vorgeschlagene Ausschüttung muss von den Aktionären auf der Hauptversammlung genehmigt werden und wird daher nicht als Verbindlichkeit im Konzernabschluss bilanziert.

Gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 1. April 2021 wurde aus dem Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2020 im Jahr 2021 eine Dividende in Höhe von 0,70 € je dividendenberechtigter Stückaktie ausgeschüttet.

25 Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Die betriebliche Altersversorgung erfolgt im Konzern sowohl beitrags- als auch leistungsorientiert. Aufwendungen für die leistungsorientierten und beitragsorientierten Versorgungszusagen sind, mit Ausnahme des Zinsergebnisses, in den Kosten der Funktionsbereiche enthalten. Die Aufzinsung der in den Vorjahren erworbenen Nettopensionsverpflichtung wird im Finanzergebnis ausgewiesen.

Die beitragsorientierten Versorgungszusagen enthalten auch die Beiträge zu gesetzlichen bzw. staatlichen Rentenversicherungsplänen. Wesentliche Aufwendungen und Erträge infolge der Beendigung von Versorgungsplänen oder wegen der Kürzung und Übertragung der Versorgungsleistungen haben sich im Berichtsjahr nicht ergeben.

AUFWENDUNGEN FÜR VERSORGUNGSLEISTUNGEN (IN MIO. €)

	2020			2021		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Laufender Dienstaufwand	45	13	58	49	13	62
Nachzuverrechnender Dienstaufwand	-	-	-	-	-	-
Aufwendungen für leistungsorientierte Versorgungsleistungen (EBIT)	45	13	58	49	13	62
Zinsergebnis für leistungsorientierte Versorgungsleistungen (Pensionsaufwand (+)/Pensionsertrag (-))	9	-	9	7	1	8
Gesamtaufwendungen für leistungsorientierte Versorgungsleistungen	54	13	67	56	14	70
Aufwendungen für beitragsorientierte Versorgungsleistungen (EBIT)	41	24	65	40	24	64
Gesamtaufwendungen für Versorgungsleistungen	95	37	132	96	38	134

Leistungsorientierte Pensionspläne

Die Plangestaltung variiert je nach rechtlichen, wirtschaftlichen und steuerlichen Gegebenheiten des jeweiligen Landes und basiert in der Regel auf Beschäftigungsdauer, Entgelt, Status sowie auf der Eigenleistung der Mitarbeitenden. Die wichtigsten Versorgungspläne befinden sich in den deutschen Gesellschaften.

Die internationalen leistungsorientierten Pläne verteilen sich im Wesentlichen auf die Standorte Vereinigtes Königreich, Schweiz und USA. Die Aufteilung des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtungen sowie der Rückstellungen in der Bilanz zwischen Deutschland und den übrigen Ländern stellte sich zum Bilanzstichtag wie folgt dar:

RÜCKSTELLUNG FÜR PENSIONEN UND ÄHNLICHE VERPFLICHTUNGEN (IN MIO. €)

	31.12.2020			31.12.2021		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen	1.758	271	2.029	1.647	287	1.934
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens	-818	-246	-1.064	-864	-288	-1.152
Nettoverpflichtung	940	25	965	783	-1	782
Aufgrund der Vermögenswertbegrenzung nicht angesetzte Beträge	-	-	-	-	9	9
Andere in der Bilanz angesetzte Beträge	-	7	7	-	17	17
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	940	32	972	783	25	808

Der Großteil der Leistungszusagen im Beiersdorf Konzern entfällt auf Mitarbeitende in Deutschland. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um die Verpflichtungen zur Alters-, Invaliden- und Hinterbliebenenversorgung als Ergänzung zu den Leistungen der gesetzlichen Rentenversicherung. Die Pensionszusagen in Deutschland bestehen im Wesentlichen in Form von unmittelbaren und mittelbaren Zusagen der Beiersdorf AG sowie unmittelbaren Zusagen der tesa SE. Die Leistungen hängen von der Betriebszugehörigkeit und der durchschnittlichen Vergütung der Mitarbeitenden während der letzten drei Jahre vor Eintritt des Versorgungsfalls ab. Die Rentenzahlungen an die Begünstigten werden inflationsbedingt zum Teil jährlich, aber spätestens alle drei Jahre um mindestens 1 % pro Jahr angepasst.

Die leistungsorientierten Verpflichtungen werden ausschließlich über Arbeitgeberzahlungen finanziert. Es besteht in Deutschland keine Mindestdotie-

rungspflicht. Dennoch haben sowohl die Beiersdorf AG als auch die tesa SE Fondsvermögen ausgegliedert. Darüber hinaus sind die Versorgungsleistungen gegen die Folgen einer Insolvenz nach Maßgabe des Betriebsrentengesetzes (BetrAVG) gesichert. Hierfür werden jährliche Beiträge an den Pensions-Sicherungs-Verein geleistet.

Die Beiersdorf AG hat Planvermögen in der Rechtsform einer Stiftung (TROMA Alters- und Hinterbliebenenstiftung, Hamburg) ausgegliedert. Der Stiftungsvorstand besteht aus Vertreter*innen des Unternehmens und des Konzernbetriebsrats. Der Stiftungsvorstand ist für die Festlegung und Umsetzung der Anlagestrategie verantwortlich. Die Strategie wird anhand der aktuellen Entwicklungen in regelmäßigen Abständen überprüft und gegebenenfalls angepasst.

Das Planvermögen der tesa SE wird durch ein Contractual Trust Agreement (CTA) von einem unabhängigen Treuhänder investiert und verwaltet. Ein Investitionsausschuss, bestehend aus Vertretern des Unternehmens sowie des Betriebsrats, legt die Anlagestrategie fest. In regelmäßigen Abständen werden die Portfolioperformance sowie die aktuelle Lage analysiert und falls notwendig die Anlagestrategie an die geänderten Bedingungen angepasst.

Um die Risiken veränderter Kapitalmarktbedingungen und demografischer Entwicklungen zu begrenzen, wurde die alte Leistungsordnung für tesa Mitarbeitende im Jahr 2005 und für Beiersdorf Mitarbeitende im Jahr 2008 geschlossen. Nach diesem Zeitpunkt eingetretene Mitarbeitende können an einem arbeitnehmerfinanzierten Leistungsplan teilnehmen. Dabei haben

Mitarbeitende die Möglichkeit, einen Teil ihrer versorgungsfähigen Bezüge anzusparen, und erhalten zusätzlich einen Beitrag vom Arbeitgeber. Das Vermögen wird über ein CTA von unabhängigen Treuhändern investiert und verwaltet. Der Arbeitgeber garantiert eine Mindestverzinsung der Beiträge in Höhe von 3,25% pro Jahr bis zum Renteneintritt. Für Neueintritte bei Beiersdorf ab 2019 wird eine Mindestverzinsung von 1,8% garantiert. Die Auszahlung kann dann als lebenslange Rente oder als Einmalzahlung erfolgen.

Der Aufwand aus leistungsorientierten Plänen sowie der Barwert der Pensionsverpflichtungen werden anhand von versicherungsmathematischen Berechnungen ermittelt.

Der Bewertung liegen folgende Annahmen zu Grunde:

VERSICHERUNGSMATHEMATISCHE ANNAHMEN (IN %)

	2020		2021	
	Deutschland	Andere Länder	Deutschland	Andere Länder
Abzinsungssätze	0,80	1,24	1,25	1,42
Erwartete Lohn- und Gehaltssteigerungen	3,00	2,48	3,00	2,49
Erwartete Rentensteigerungen ¹	1,76	1,95	1,76	2,13
Erwartete Fluktuation	2,15	8,47	2,14	9,05

¹ in Deutschland nur sofern 1% nicht vertraglich vereinbart wurde

Die dargestellten Werte sind Durchschnittswerte. Die lokalen Parameter wurden mit den Barwerten der jeweiligen definierten leistungsorientierten Verpflichtungen gewichtet. Während der Berichtsperiode veränderte sich der Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen gemäß der folgenden

Tabelle. Die versicherungsmathematischen Verluste im Berichtsjahr aufgrund der Veränderung finanzieller Parameter sind im Wesentlichen auf den Rückgang der Abzinsungssätze zurückzuführen.

BARWERT DER LEISTUNGSORIENTIERTEN VERPFLICHTUNGEN (IN MIO. €)

	2020			2021		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
01.01.	1.649	250	1.899	1.758	271	2.029
Laufender Dienstzeitaufwand	45	13	58	49	13	62
Nettozinsaufwand	18	3	21	14	3	17
Versicherungsmathematische Gewinne (-) und Verluste (+)	78	20	98	-137	-7	-144
Davon erfahrungsbedingt	-15	2	-13	3	4	7
Davon aufgrund der Veränderung finanzieller Parameter	94	16	110	-140	-8	-148
Davon aufgrund der Veränderung demografischer Parameter	-1	2	1	-	-3	-3
Beiträge der Teilnehmenden des Plans	13	3	16	9	3	12
Gezahlte Versorgungsleistungen	-45	-10	-55	-45	-9	-54
Unterschied aus Währungsumrechnung	-	-10	-10	-	15	15
Sonstige Veränderungen	-	2	2	-1	-2	-3
31.12.	1.758	271	2.029	1.647	287	1.934

Der Finanzierungsstatus des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtungen im Konzern stellt sich zum Bilanzstichtag wie folgt dar:

FINANZIERUNGSSTATUS DES BARWERTS DER LEISTUNGSORIENTIERTEN VERPFLICHTUNGEN (IN MIO. €)

	31.12.2020			31.12.2021		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Ganz oder teilweise aus Fonds finanzierte leistungsorientierte Verpflichtungen	1.751	253	2.004	1.640	270	1.910
Nicht aus Fonds finanzierte leistungsorientierte Verpflichtungen	7	18	25	7	17	24
Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen	1.758	271	2.029	1.647	287	1.934

Während der Berichtsperiode veränderte sich das Planvermögen wie folgt:

BEIZULEGENDER ZEITWERT DES PLANVERMÖGENS (IN MIO. €)

	2020			2021		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
01.01.	794	239	1.033	818	246	1.064
Erträge aus Planvermögen	9	3	12	7	2	9
Versicherungsmathematische Gewinne (+) und Verluste (-)	-1	10	9	3	18	21
Tatsächliche Erträge aus Planvermögen	8	13	21	10	20	30
Beiträge des Arbeitgebers	10	8	18	33	10	43
Beiträge der Teilnehmenden des Plans	15	2	17	13	3	16
Gezahlte Versorgungsleistungen	-9	-9	-18	-9	-6	-15
Unterschied aus Währungsumrechnung	-	-8	-8	-	15	15
Sonstige Veränderungen	-	1	1	-1	-	-1
31.12.	818	246	1.064	864	288	1.152

Im Geschäftsjahr 2022 werden sich die Zuführungen des Arbeitgebers zum Planvermögen voraussichtlich auf 16 Mio.€ belaufen. Zum Bilanzstichtag setzte sich das Planvermögen wie folgt zusammen:

ZUSAMMENSETZUNG DES PLANVERMÖGENS (IN MIO. €)

	31.12.2020			31.12.2021		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Eigenkapitalinstrumente	49	94	143	84	110	194
Fremdkapitalinstrumente	342	82	424	304	91	395
Immobilien	170	33	203	171	40	211
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	230	8	238	284	18	302
Sonstiges	27	29	56	21	29	50
Planvermögen gesamt	818	246	1.064	864	288	1.152

Das Planvermögen dient ausschließlich der Erfüllung der Leistungsverpflichtungen. Die Unterlegung dieser Leistungsverpflichtungen mit Finanzmitteln stellt eine Vorsorge für künftige Mittelabflüsse dar. Die übergeordnete Anlagepolitik und Anlagestrategie basiert auf dem Ziel, mittelfristig eine Rendite auf Planvermögen zu erwirtschaften, die zusammen mit den Beiträgen ausreicht, den Vorsorgeverpflichtungen nachzukommen. Um eine Risikokonzentration zu vermeiden, wird das Planvermögen in verschiedenen Anlageklassen investiert.

Die Eigenkapitalinstrumente umfassen Investitionen in Aktienfonds und direkte Anlagen. In der Regel haben diese notierten Marktpreise in einem liquiden Markt. In geringem Umfang können auch Beiersdorf Aktien in den Aktienfonds enthalten sein, die einen Index passiv nachbilden. Es werden keine Beiersdorf Aktien direkt gehalten. Eigenkapitalinstrumente sind in Deutschland nahezu ausschließlich entwickelten Märkten zuzuordnen.

Fremdkapitalinstrumente können Investitionen in Fonds und direkte Investitionen in Anleihen sein. In der Regel haben diese notierten Marktpreise in einem liquiden Markt. In Deutschland sind sie zu 73 % Unternehmensanleihen und zu 27 % Staatsanleihen zuzuordnen.

Immobilien verteilen sich auf Wohn- und Gewerbeimmobilien. Es können sowohl Anlagen in notierten Immobilienfonds als auch direkt gehaltene Immobilien sein. Zum Bilanzstichtag befanden sich selbst genutzte Immobilien in Höhe von 42 Mio. € (Vorjahr: 43 Mio. €) im Bestand.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente umfassen sowohl Bankguthaben als auch Anteile an Geldmarktfonds. Darüber hinaus enthält die Position eine kurzfristige Geldanlage der TROMA Alters- und Hinterbliebenenstiftung bei der Beiersdorf AG in Höhe von 246 Mio. € (Vorjahr: 163 Mio. €).

Die folgende Übersicht zeigt Informationen zur gewichteten durchschnittlichen Laufzeit des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtungen sowie zur Fälligkeitsanalyse erwarteter Pensionszahlungen:

DURATION UND FÄLLIGKEITSANALYSE

	31.12.2020			31.12.2021		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Duration des Barwerts der Pensionsverpflichtungen (in Jahren)	19	18	19	18	17	18
Fälligkeitsanalyse der erwarteten Pensionszahlungen (in Mio. €)						
Bis 1 Jahr	47	10	57	48	10	58
Über 1 bis 2 Jahre	49	10	59	51	10	61
Über 2 bis 5 Jahre	158	29	187	164	32	196
Über 5 bis 10 Jahre	294	56	350	305	58	363

Die folgende Sensitivitätsanalyse zeigt die Auswirkung von singulären Parameteränderungen auf den Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen:

SENSITIVITÄT DER LEISTUNGSORIENTIERTEN VERPFLICHTUNGEN (IN MIO. €)

Veränderung des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtungen

	31.12.2020			31.12.2021		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Diskontierungszins						
+0,50 %	-153	-20	-173	-136	-18	-154
-0,50 %	177	22	199	157	20	177
Erwartete Lohn- und Gehaltssteigerungen						
+0,25 %	6	2	8	5	1	6
-0,25 %	-6	-2	-8	-5	-1	-6
Erwartete Rentensteigerungen						
+0,25 %	40	5	45	34	6	40
-0,25 %	-38	-4	-42	-33	-4	-37
Erwartete Fluktuation						
+0,25 %	-	-1	-1	-	-2	-2
-0,25 %	-	1	1	-	2	2
Lebenserwartung						
Zunahme um ein Jahr	83	2	85	74	6	80
Abnahme um ein Jahr	-77	-2	-79	-69	-6	-75

Die Sensitivitätsanalyse beruht auf per Ende des Berichtsjahrs realistisch möglichen Änderungen. Sie wurde mittels eines Verfahrens durchgeführt, das die Auswirkung realistischer Änderungen der wichtigsten Annahmen zum Ende des Berichtszeitraums auf die leistungsorientierten Verpflichtungen

extrapoliert. Jede Änderung einer wesentlichen versicherungsmathematischen Annahme wurde dabei separat analysiert. Interdependenzen wurden nicht berücksichtigt.

26 Sonstige Rückstellungen

(IN MIO. €)

	Personal	Marketing und Vertrieb	Rechtsstreitigkeiten und ähnliche Risiken	Übrige	Gesamt
01.01.2021	303	51	112	156	622
<i>Davon langfristig</i>	63	-	38	17	118
Währungseffekte	5	3	3	4	15
Zuführung	227	37	28	70	362
Verbrauch	158	27	3	45	233
Auflösung	20	8	9	20	57
31.12.2021	357	56	131	165	709
<i>Davon langfristig</i>	73	-	39	15	127

Rückstellungen werden gebildet, wenn eine Verpflichtung gegenüber Dritten besteht, der Ressourcenabfluss wahrscheinlich ist und die voraussichtliche Verpflichtung zuverlässig geschätzt werden kann. Der Ermittlung der Rückstellungsberechnung liegt eine bestmögliche Schätzung der Parameter zu Grunde. Langfristige Rückstellungen werden mit einem laufzeitabhängigen Zinssatz abgezinst, sofern der Zinseffekt wesentlich ist.

Die Rückstellungen für Personalaufwendungen beinhalten vor allem Rückstellungen für Jahressonderzahlungen, Urlaub, Jubiläumsverpflichtungen und Trennungsvereinbarungen. Die Rückstellungen für Marketing- und Vertriebsaufwendungen betreffen insbesondere Werbekostenzuschüsse und andere Marketing- oder kundenbezogene Verpflichtungen. Die Rückstellungen für Rechtsstreitigkeiten und ähnliche Risiken enthalten Rückstellungen für Rechtsstreitigkeiten in Brasilien in Höhe von 24 Mio.€ (Vorjahr: 12 Mio.€), Risiken in Zusammenhang mit Zollprüfungen in Höhe von 19 Mio.€ (Vorjahr: 13 Mio.€), Patentrisiken in Höhe von 16 Mio.€ (Vorjahr: 15 Mio.€) und Risiken aus sonstigen Rechtsstreitigkeiten in Höhe von 72 Mio.€ (Vorjahr: 72 Mio.€). Die übrigen Rückstellungen verteilen sich über eine Vielzahl von Sachverhalten und Gesellschaften und enthalten unter anderem auch Rückstellungen für Restrukturierungen.

27 Verbindlichkeiten

Die Zusammensetzung der kurzfristigen Verbindlichkeiten ist der folgenden Tabelle zu entnehmen:

KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN (IN MIO. €)

	31.12.2020	31.12.2021
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (AC)	1.642	1.973
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	358	501
Andere finanzielle Verbindlichkeiten (AC)	339	473
Negative Zeitwerte von Derivaten (DF)	19	28
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	89	109
Verbindlichkeiten aus sonstigen Steuern	76	91
Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit	9	10
Übrige sonstige Verbindlichkeiten	4	8
	2.089	2.583

Die anderen finanziellen Verbindlichkeiten enthalten im Wesentlichen kurzfristige Darlehen gegenüber Banken in Höhe von 95 Mio.€ (Vorjahr: 55 Mio.€), Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 76 Mio.€ (Vorjahr: 72 Mio.€) und Verbindlichkeiten gegenüber der TROMA Alters- und Hinterbliebenenstiftung in Höhe von 246 Mio.€ (Vorjahr: 163 Mio.€) aus Anlagetätigkeiten des TROMA Planvermögens. Die sonstigen kurzfristigen Verpflichtungen in Höhe von 109 Mio.€ (Vorjahr: 89 Mio.€) sind in Betrag und Zusammensetzung weitgehend unverändert. Da die vertraglich vereinbarten Fälligkeitstermine für die kurzfristigen Verbindlichkeiten innerhalb von zwölf Monaten nach dem Bilanzstichtag liegen, entsprechen deren Buchwerte zum Abschlussstichtag näherungsweise dem beizulegenden Zeitwert. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Zusammenhang mit Reverse Factoring Vereinbarungen waren zum Stichtag von untergeordneter Bedeutung.

Die langfristigen Verbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

LANGFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN (IN MIO. €)

	31.12.2020	31.12.2021
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	88	106
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	2	1
	90	107

Die langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten beinhalten im Wesentlichen langfristige Leasingverbindlichkeiten.

28 Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten, Finanzrisikomanagement und derivativen Finanzinstrumenten

Die nachfolgenden Angaben zu Finanzinstrumenten in der Tabelle stellen die Buchwerte und die beizulegenden Zeitwerte der Finanzinstrumente des Konzerns zum 31. Dezember 2020 und zum 31. Dezember 2021 dar:

(IN MIO. €)

	Wertansatz Bilanz nach IFRS 9				
	Buchwert 31.12.	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Beizulegender Zeitwert, erfolgsneutral	Beizulegender Zeitwert, erfolgswirksam	Beizulegender Zeitwert 31.12.
2020					
Aktiva					
Zu fortgeführten Anschaffungskosten (AC)	5.953	5.953	-	-	6.025
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	14	14	-	-	14
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.244	1.244	-	-	1.244
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	53	53	-	-	53
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.005	1.005	-	-	1.005
Wertpapiere	3.637	3.637	-	-	3.709
Ergebnisneutral zum beizulegenden Zeitwert (FVOCI)	329	-	329	-	329
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	15	-	15	-	15
Wertpapiere	313	-	313	-	313
Ergebniswirksam zum beizulegenden Zeitwert (FVPL)	112	-	-	112	112
Wertpapiere	112	-	-	112	112
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)	17	-	13	4	17
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungsbeziehung (FVPL)	-	-	-	-	-
Passiva					
Andere finanzielle Verbindlichkeiten (AC)	2.069	2.069	-	-	2.069
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	88	88	-	-	88
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.642	1.642	-	-	1.642
Andere kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	339	339	-	-	339
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)	16	-	10	6	16
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungsbeziehung (FVPL)	3	-	-	3	3

	Wertansatz Bilanz nach IFRS 9				
	Buchwert 31.12.	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Beizulegender Zeitwert, erfolgsneutral	Beizulegender Zeitwert, erfolgswirksam	Beizulegender Zeitwert 31.12.
2021					
Aktiva					
Zu fortgeführten Anschaffungskosten (AC)	6.804	6.804	-	-	6.828
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	20	20	-	-	20
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.306	1.306	-	-	1.306
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	108	108	-	-	108
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.036	1.036	-	-	1.036
Wertpapiere	4.334	4.334	-	-	4.358
Ergebnisneutral zum beizulegenden Zeitwert (FVOCI)	208	-	208	-	208
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	5	-	5	-	5
Wertpapiere	203	-	203	-	203
Ergebniswirksam zum beizulegenden Zeitwert (FVPL)	16	-	-	16	16
Wertpapiere	16	-	-	16	16
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)	16	-	9	7	16
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungsbeziehung (FVPL)	-	-	-	-	-
Passiva					
Andere finanzielle Verbindlichkeiten (AC)	2.552	2.552	-	-	2.552
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	106	106	-	-	106
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.973	1.973	-	-	1.973
Andere kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	473	473	-	-	473
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)	28	-	24	4	28
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungsbeziehung (FVPL)	-	-	-	-	-

Die folgende Übersicht zeigt, in welcher Hierarchiestufe gemäß IFRS 13 die Finanzinstrumente eingestuft sind, die wiederkehrend zu beizulegenden Zeitwerten bewertet werden:

(IN MIO. €)

31.12.2020	Bewertungshierarchien nach IFRS 13			Gesamt
	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
Aktiva				
<i>Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert (FVOCI)</i>	313	-	15	328
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	-	-	15	15
Wertpapiere	313	-	-	313
<i>Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert (FVPL)</i>	112	-	-	112
Wertpapiere	112	-	-	112
<i>Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)</i>	-	17	-	17
<i>Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungsbeziehung (FVPL)</i>	-	-	-	-
Passiva				
<i>Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)</i>	-	16	-	16
<i>Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungsbeziehung (FVPL)</i>	-	3	-	3

31.12.2021	Bewertungshierarchien nach IFRS 13			Gesamt
	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
Aktiva				
<i>Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert (FVOCI)</i>	203	-	5	208
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	-	-	5	5
Wertpapiere	203	-	-	203
<i>Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert (FVPL)</i>	16	-	-	16
Wertpapiere	16	-	-	16
<i>Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)</i>	-	16	-	16
<i>Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungsbeziehung (FVPL)</i>	-	-	-	-
Passiva				
<i>Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)</i>	-	28	-	28
<i>Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungsbeziehung (FVPL)</i>	-	-	-	-

Die im Beiersdorf Konzern zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Wertpapiere fallen unter die Fair-Value-Hierarchiestufe 1 und werden zu Kursnotierungen am Bilanzstichtag bewertet.

Die derivativen Finanzinstrumente fallen unter die Fair-Value-Hierarchiestufe 2. Die beizulegenden Zeitwerte der Devisentermingeschäfte werden anhand des Wechselkurses zum Stichtag ermittelt und auf Basis ihrer jeweiligen Zinskurve auf den Stichtag diskontiert.

Die Fair-Value-Hierarchiestufe 3 enthält im Wesentlichen Marktwerte von Unternehmensbeteiligungen. Sie werden der Kategorie „Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert“ (FVOCI) zugeordnet.

2021 hat Beiersdorf Anleihen mit einem Buchwert von 115 Mio.€ aus der Kategorie „Zu fortgeführten Anschaffungskosten“ (AC) in die Kategorie „Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ (FVPL) umgegliedert und anschließend verkauft. Daraus resultierte ein Gewinn in Höhe von 2 Mio.€ im „Übrigen Finanzergebnis“.

Für die Finanzinstrumente, die nicht zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, liegen die vertraglich vereinbarten Fälligkeitstermine überwiegend innerhalb von zwölf Monaten nach dem Bilanzstichtag. Daher entsprechen deren Buchwerte zum Abschlussstichtag näherungsweise dem beizulegenden Zeitwert. Eine Ausnahme bilden die Wertpapiere, die als „Zu fortgeführten Anschaffungskosten“ (AC) klassifiziert wurden. Die für diese Position angegebenen beizulegenden Zeitwerte fallen unter die Fair-Value-Hierarchiestufe 1.

Grundsätze des Risikomanagements

Der Beiersdorf Konzern ist durch seine Geschäftstätigkeit verschiedenen Risiken wie Währungs-, Zinsänderungs- und Ausfallrisiken ausgesetzt. Diesen Risiken begegnet das Unternehmen mit einem aktiven Treasury Management auf der Basis einer weltweit geltenden Richtlinie. Sie werden weitestgehend zentral gesteuert und gesichert.

Zur Sicherung des operativen Geschäfts und wesentlicher unternehmensnotwendiger Finanztransaktionen werden derivative Finanzinstrumente eingesetzt. Die Transaktionen werden ausschließlich mit marktgängigen Instrumenten durchgeführt. Zur Darstellung von Marktrisiken verlangt IFRS 7 Sensitivitätsanalysen, die die Auswirkungen hypothetischer Änderungen von relevanten Risikovariablen auf Ergebnis und Eigenkapital zeigen. Für den Beiersdorf Konzern sind dies im Wesentlichen Währungsrisiken. Die Auswirkungen werden ermittelt, indem die hypothetischen Änderungen der Risikovariablen auf den Bestand der Finanzinstrumente zum Abschlussstichtag bezogen werden. Dabei wird unterstellt, dass der Bestand zum Abschlussstichtag repräsentativ für das Gesamtjahr ist.

Währungsrisiken

Unter Währungsrisiko versteht man das Risiko, dass der Zeitwert oder zukünftige Zahlungsströme eines Finanzinstruments aufgrund von Wechselkursänderungen schwanken.

Währungsrisiken im Sinne von IFRS 7 entstehen durch monetäre Finanzinstrumente, die in einer von der funktionalen Währung abweichenden Währung bilanziert sind. Wechselkursbedingte Differenzen aus der Umrechnung von Abschlüssen der Tochtergesellschaften in die Konzernwährung bleiben unberücksichtigt. Relevante Risikovariablen sind daher grundsätzlich alle nicht funktionalen Währungen, in denen im Beiersdorf Konzern Finanzinstrumente gehalten werden. Durch die internationale Ausrichtung des Beiersdorf Konzerns mit Dominanz im Euroraum fungiert der Euro als Leitwährung. Risiken entstehen für den Beiersdorf Konzern demnach aus Finanzierungsmaßnahmen und operativen Tätigkeiten, wenn andere Währungen gegenüber dem Euro schwanken.

Bei konzerninternen grenzüberschreitenden Finanzierungen werden Währungsrisiken grundsätzlich zentral durch Devisentermingeschäfte fristenkongruent und vollständig gesichert (Fair Value Hedges). Aufgrund dieser Sicherungsaktivitäten ist der Beiersdorf Konzern zum Abschlussstichtag keinen wesentlichen Währungsrisiken im Finanzierungsbereich ausgesetzt. Den Ergebniseffekten aus den Devisentermingeschäften stehen in gleicher Höhe Wertschwankungen der abgesicherten Grundgeschäfte gegenüber.

Für den operativen Bereich wird im Beiersdorf Konzern üblicherweise der Großteil der Zahlungsströme in nicht funktionaler Währung für die nächsten zwölf Monate durch Standarddevisentermingeschäfte gesichert. Diese Transaktionen werden zentral im Treasury-Management-System erfasst, bewertet und gesteuert. Daher ist der Beiersdorf Konzern zum Abschlussstichtag keinen wesentlichen Währungsrisiken im operativen Bereich ausgesetzt.

Da wesentliche originäre Finanzinstrumente entweder unmittelbar in funktionaler Währung denominated oder durch den Einsatz von Derivaten in die funktionale Währung transformiert sind, haben daraus resultierende Währungskursänderungen keine wesentlichen Auswirkungen auf Ergebnis oder Eigenkapital. Der Beiersdorf Konzern ist demzufolge im Wesentlichen nur Risiken aus Devisentermingeschäften ausgesetzt, die als Sicherungsinstrument bestimmt sind und die Voraussetzungen für die Bilanzierung einer Sicherungsbeziehung für die Absicherung von erwarteten bzw. geplanten Zahlungsströmen erfüllen (Cash Flow Hedges on Forecasted Transactions).

Kursänderungen wirken sich im Wesentlichen auf die Sicherungsrücklage im Eigenkapital und die Zeitwerte der Sicherungsgeschäfte aus.

Die Marktwerte der Devisentermingeschäfte betragen zum Stichtag -12 Mio.€ (Vorjahr: -2 Mio.€), die Nominalwerte lagen bei 1.881 Mio.€ (Vorjahr: 1.534 Mio.€). Wie im Vorjahr betragen die Restlaufzeiten weniger als ein Jahr. Die Nominalwerte zeigen die Summe aller Kauf- und Verkaufsbeträge derivativer Finanzgeschäfte. Bei den ausgewiesenen Nominalwerten werden Beträge nicht saldiert.

Wenn der Euro gegenüber sämtlichen Währungen zum 31. Dezember 2021 um 10% aufgewertet gewesen wäre, wären die Marktwerte der direkt innerhalb der Sicherungsrücklage im Eigenkapital erfassten Devisentermingeschäfte um 45 Mio.€ (Vorjahr: 36 Mio.€) höher gewesen. Bei einer entsprechenden Abwertung von 10% wären die Marktwerte der direkt innerhalb der Sicherungsrücklage im Eigenkapital erfassten Devisentermingeschäfte um 54 Mio.€ (Vorjahr: 44 Mio.€) niedriger gewesen. Eine Aufwertung des Euros um 10% hätte bei der Bewertung der erfolgswirksam erfassten Devisentermingeschäfte ohne Sicherungsbeziehung das Finanzergebnis um 11 Mio.€ belastet. Eine entsprechende Abwertung um 10% hätte das Finanzergebnis um 13 Mio.€ erhöht.

Zinsrisiken

Unter dem Zinsänderungsrisiko versteht man das Risiko, dass der Zeitwert oder zukünftige Zahlungsströme eines Finanzinstruments aufgrund von Änderungen des Marktzinssatzes schwanken.

Beiersdorf besitzt nur wenige langfristige Finanzinstrumente, die nicht zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden, sowie keine Zinsderivate. Daher sind Zeitwertänderungen für den Beiersdorf Konzern nur von untergeordneter Bedeutung. Sie unterliegen, bezogen auf das gesamte Geschäftsjahr, Zinsänderungsrisiken im Sinne von IFRS 7.

Wäre das Zinsniveau zu den Quartalsenden des Geschäftsjahrs parallel zur Zinsstrukturkurve jeweils 100 Basispunkte höher (niedriger) gewesen, wäre das Finanzergebnis um 8 Mio.€ (Vorjahr: 8 Mio.€) höher (niedriger) ausgefallen. Dies hätte keine Auswirkung auf das kumulierte sonstige Konzernergebnis im Eigenkapital gehabt.

Ausfallrisiken

Der Beiersdorf Konzern unterliegt im Rahmen von Finanzierungstätigkeiten und im operativen Bereich Ausfallrisiken. Das maximale Ausfallrisiko ist durch den in der Bilanz angesetzten Buchwert jedes finanziellen Vermögenswerts ersichtlich. Die Buchwerte der finanziellen Vermögenswerte betragen zum 31. Dezember 2021 7.044 Mio.€ (Vorjahr: 6.411 Mio.€).

Zur Ermittlung von Wertminderungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen nach IFRS 9 wird das vereinfachte Verfahren angewandt. Hierbei werden die erwarteten Kreditverluste über die gesamte Laufzeit der Finanzinstrumente ermittelt. Die Einschätzung der erwarteten Ausfälle ergibt sich aus der Analyse historischer Forderungsausfälle, der Altersstruktur des Forderungsbestands sowie aktuellen Konjunkturentwicklungen und Beurteilungen der Kreditwürdigkeit einzelner Kund*innen.

Aufgrund der geringen historischen und erwarteten Ausfallquoten haben die Wertminderungen keinen wesentlichen Einfluss auf die Vermögenswerte oder das Eigenkapital. Ein detailliertes Monitoring unserer Kundschaftsbeziehungen, ein aktives Forderungsmanagement sowie der selektive Einsatz von Warenkreditversicherungen wirken Risiken durch Forderungsausfälle entgegen.

Potenzielle Ausfallrisiken im Zusammenhang mit der Anlage der Konzernliquidität werden dadurch begrenzt, dass Anlagen nur bei definierten sicheren Kontrahenten erfolgen. Das Kontrahentenrisiko überwachen wir anhand von Ratings und haftendem Eigenkapital der Kontrahenten sowie fortlaufend aktualisierten Risikoindikatoren. Mit Hilfe dieser Parameter werden Höchstbeträge für Anlagen bei Partnerbanken und Wertpapieremittenten ermittelt (Kontrahentenlimits), denen wir regelmäßig die tatsächlich getätigten konzernweiten Anlagen gegenüberstellen. Wir haben den überwiegenden Teil unserer Liquidität in risikoarmen Titeln angelegt (wie z.B. Staats-/Industrieanleihen).

Wertminderungen für die erwarteten Kreditverluste der nächsten zwölf Monate werden auf Wertpapiere gebildet, die zu fortgeführten Anschaffungskosten oder erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden. Die Schätzung erfolgt auf Basis von Ratings und fortlaufend aktualisierten Risikoindikatoren. Darüber hinaus werden aktuelle CDS-Spreads und Anleihsenspreads der Anleihenemittenten für die Berechnung herangezogen.

WERTBERICHTIGUNGEN (IN MIO. €)

	2020	2021
Wertpapiere der Kategorie „Zu fortgeführten Anschaffungskosten“	4	4
Wertpapiere der Kategorie „Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert“	1	1
	5	5

Bei finanziellen Vermögenswerten wie Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten handelt es sich unter anderem um Guthaben bei Kreditinstituten und sehr kurzfristige liquide Anlagen. Sie sind der Bewertungskategorie „Zu fortgeführten Anschaffungskosten“ zugeordnet. Aufgrund der sehr kurzen Laufzeiten (z. B. täglich fällig) und der Bonität unserer Vertragspartner erfolgt keine Wertminderung basierend auf erwarteten Kreditverlusten.

Liquiditätsrisiken

Als Liquiditätsrisiko wird das Risiko verstanden, dass ein Unternehmen Schwierigkeiten bei der Erfüllung seiner sich aus den finanziellen Verbindlichkeiten ergebenden Verpflichtungen hat. Aufgrund des hohen Bestands an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten sowie Wertpapieren zum Stichtag ist der Beiersdorf Konzern derzeit keinem Liquiditätsrisiko ausgesetzt. Um die Zahlungsfähigkeit und finanzielle Flexibilität des Beiersdorf Konzerns jederzeit sicherzustellen, werden zudem Liquiditätsreserven in Form von Kreditlinien vorgehalten.

Sonstige Angaben

29 Haftungsverhältnisse, sonstige finanzielle Verpflichtungen und rechtliche Risiken

(IN MIO. €)

	31.12.2020	31.12.2021
Haftungsverhältnisse		
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	92	87
Sonstige finanzielle Verpflichtungen		
Verpflichtungen aus Bestellobligo	249	171
Davon fällig im Folgejahr	112	130
Davon fällig in 1 bis 5 Jahren	137	41

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Der Gesamtbetrag der Nominalwerte der sonstigen finanziellen Verpflichtungen beträgt 171 Mio. € (Vorjahr: 249 Mio. €).

Zum 31. Dezember 2021 betragen die zukünftigen undiskontierten Leasingverbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr 60 Mio. € (Vorjahr: 58 Mio. €) und mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr 134 Mio. € (Vorjahr: 112 Mio. €).

Leasingaufwendungen des Berichtsjahrs beinhalteten Aufwendungen für kurzfristige Leasingverhältnisse in Höhe von 18 Mio. € (Vorjahr: 15 Mio. €), Aufwendungen für Leasingverhältnisse über geringwertige Vermögenswerte in Höhe von 3 Mio. € (Vorjahr: 3 Mio. €) sowie Aufwendungen aus variablen Leasingzahlungen in Höhe von 6 Mio. € (Vorjahr: 4 Mio. €). Insgesamt beliefen sich die Leasingauszahlungen im Geschäftsjahr 2021 auf 93 Mio. € (Vorjahr: 86 Mio. €).

Die zukünftigen Zahlungsmittelabflüsse aus Verlängerungsoptionen, deren zukünftige Ausübung aufgrund der fehlenden hinreichenden Sicherheit bei der Bewertung der Leasingverbindlichkeiten unberücksichtigt geblieben ist, betragen rund 106 Mio. € (Vorjahr: 95 Mio. €).

Rechtliche Risiken

Die seit 2016 anhängige Klage des Insolvenzverwalters der Schlecker e.K. in Bezug auf ein abgeschlossenes deutsches Kartellverfahren wurde in erster und zweiter Instanz abgewiesen. Die Revision wurde auf die Nichtzulassungsbeschwerde des Klägers hin ohne Begründung durch den BGH zugelassen. Das Verfahren richtet sich auch noch gegen sechs weitere Unternehmen. Es beinhaltet eine gesamtschuldnerisch gegen alle Beklagten erhobene Schadensersatzforderung in Höhe von etwa 200 Mio. € plus Zinsen. Eine weitere Klage im Zusammenhang mit dem genannten Kartellverfahren wurde ebenfalls erstinstanzlich abgewiesen und ist jetzt in der Berufungsinstanz anhängig. Entscheidungen über weitere gerichtlich sowie außergerichtlich

geltend gemachte Schadensersatzansprüche im Zusammenhang mit abgeschlossenen Kartellverfahren stehen noch aus. Beiersdorf bestreitet die Forderungen.

Der Bundesstaat São Paulo fordert von unseren brasilianischen Tochtergesellschaften des Unternehmensbereichs Consumer Steuernachzahlungen in Höhe von 66 Mio.€ (Vorjahr: 63 Mio.€) für die Jahre 2005 bis 2009. Der Betrag erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr bedingt im Wesentlichen durch Zinsen und den geänderten Wechselkurs. Die Steuerbehörden führten an, dass die Umsatzsteuer auf Importe im Bundesstaat São Paulo hätte gezahlt werden müssen und nicht in dem brasilianischen Bundesstaat, in dem die Importe bezogen wurden. Alle Fälle befinden sich in Finanzgerichtsverfahren. Für das Jahr 2017 könnten weitere Bescheide mit Steuernachzahlungen in wesentlich geringerer Höhe ergehen. Mögliche Steuernachforderungen für die Jahre 2010 bis 2016 sind zwischenzeitlich verjährt. Darüber hinaus erhoben die brasilianischen Steuerbehörden weitere aus unserer Sicht nicht gerechtfertigte Umsatzsteuerforderungen aus unterschiedlichen Sachverhalten in mindestens ähnlicher Größenordnung, gegen die sich unsere Tochtergesellschaften in behördlichen Verfahren wehren. Eine endgültige Entscheidung durch die brasilianischen Gerichte ist in allen Fällen erst in einigen Jahren zu erwarten. Im Konzern bestehen für diese Fälle Rückstellungen in Höhe von 24 Mio.€.

Einige unserer Tochtergesellschaften unterliegen aktuellen Betriebsprüfungen. In Einklang mit IFRIC 23 sind strittige Steuerpositionen mit ihrem wahrscheinlichsten Zahlungsmittelabfluss angesetzt. In einem Fall hat die Finanzbehörde in Österreich einen angesetzten Liquidationsverlust steuerlich nicht anerkannt. Gegen die Bescheide der betroffenen Jahre haben wir Rechtsmittel eingelegt. Wir sind der Überzeugung, dass wir in dem Verfahren unsere Auffassung durchsetzen werden. Eine finale Entscheidung ist erst in einigen Jahren zu erwarten. Eine endgültige Nichtanerkennung des steuerlich geltend gemachten Verlusts würde das Konzernergebnis mit etwa 47 Mio.€ belasten.

Darüber hinaus unterliegen einige unserer Tochtergesellschaften Zollprüfungen. Für die daraus resultierenden Risiken haben wir Rückstellungen in Höhe von 19 Mio.€ gebildet.

Einschätzungen zum Verlauf und zu den Ergebnissen von Rechtsstreitigkeiten sowie von Steuer- und Zollprüfungen sind mit erheblichen Schwierigkeiten und Unsicherheiten verbunden. Ergebnisse, die von unseren Erwartungen abweichen, können eine Auswirkung auf die Höhe der erfassten Kosten und Rückstellungen oder Verbindlichkeiten haben. Zum Abschlussstichtag gehen wir davon aus, dass auf Basis der derzeit vorliegenden Informationen keine weiteren wesentlichen Belastungen für den Konzern zu erwarten sind.

30 Mitarbeitende und Personalaufwand

Die Beschäftigten sind in folgenden betrieblichen Funktionsbereichen tätig:

ANZAHL MITARBEITENDE AM 31.12.

	2020	2021
Produktion, Supply Chain und Qualitätsmanagement	7.954	7.812
Marketing und Vertrieb	7.378	7.514
Forschung und Entwicklung	1.433	1.530
Andere Funktionen	3.541	3.712
	20.306	20.567

ANZAHL MITARBEITENDE IM JAHRESDURCHSCHNITT

	2020	2021
Produktion, Supply Chain und Qualitätsmanagement	7.975	7.857
Marketing und Vertrieb	7.490	7.479
Forschung und Entwicklung	1.420	1.494
Andere Funktionen	3.573	3.648
	20.458	20.478

Die Personalaufwendungen betragen 1.573 Mio.€ (Vorjahr: 1.491 Mio.€). Diese teilen sich auf in Löhne und Gehälter in Höhe von 1.256 Mio.€ (Vorjahr: 1.195 Mio.€), Aufwendungen für die soziale Sicherheit in Höhe von 192 Mio.€ (Vorjahr: 173 Mio.€) und Aufwendungen für die Altersversorgung in Höhe von 125 Mio.€ (Vorjahr: 123 Mio.€). Die Aufteilung der Beschäftigten nach den Unternehmensbereichen des Beiersdorf Konzerns ist in der Segmentberichterstattung dargestellt.

31 Honorare und Dienstleistungen des Abschlussprüfers

Die Hauptversammlung hat am 1. April 2021 die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft zum Abschlussprüfer und Konzernabschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2021 gewählt.

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über das Gesamthonorar der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft:

KONZERNABSCHLUSSPRÜFER-HONORAR (IN TSD. €)

	2020	2021
Abschlussprüfungsleistungen	1.408	1.447
Andere Bestätigungsleistungen	106	222
Steuerberatungsleistungen	115	118
Sonstige Leistungen	158	67
	1.787	1.854

Nichtprüfungsleistungen umfassten im Geschäftsjahr 2021 neben Leistungen für Steuerberatung im Wesentlichen die freiwillige Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit der zusammengefassten Nichtfinanziellen Erklärung, vereinbarte Untersuchungshandlungen sowie sonstige gesetzlich vorgeschriebene, vertraglich vereinbarte oder freiwillig beauftragte Bestätigungsleistungen.

32 Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der Beiersdorf Aktiengesellschaft haben im Dezember 2021 die Entsprechenserklärung für das Geschäftsjahr 2021 zu den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ gemäß § 161 AktG abgegeben. Die Entsprechenserklärung wurde den Aktionär*innen auf der Internetseite der Gesellschaft unter www.beiersdorf.de/entsprechenserklaerung dauerhaft zugänglich gemacht.

33 Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Personen

Die Regelungen des IAS 24 finden auf Personen in Schlüsselpositionen des Unternehmens, deren nahe Familienangehörige sowie von ihnen beherrschte Unternehmen Anwendung. Personen in Schlüsselpositionen des Unternehmens sind in der Beiersdorf Gruppe die Mitglieder von Vorstand und Aufsichtsrat der Beiersdorf AG.

Für das Geschäftsjahr 2021 belaufen sich die Gesamtvergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats auf 1.702 Tsd.€ (Vorjahr: 1.451 Tsd.€) und die Gesamtbezüge der Mitglieder des Vorstands auf 16.131 Tsd.€ (Vorjahr: 8.131 Tsd.€; angepasst), jeweils nach den handelsrechtlichen Vorschriften. Von den Gesamtbezügen der Mitglieder des Vorstands entfallen 7.517 Tsd.€ (Vorjahr: 600 Tsd.€) auf langfristig fällige Leistungen (Zuführungen zu den Rückstellungen für die LTP-Unternehmenswertbeteiligungen und für den neuen LTP 2021-2024) sowie auch etwaige Mehrjahresboni). Die kurzfristigen Leistungen (Fixe Grundvergütung und Variabler Bonus) inklusive Nebenleistungen betragen 8.614 Tsd.€ (Vorjahr: 7.531 Tsd.€; angepasst). Hinsichtlich der Angaben zu den Grundzügen der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung sowie der Höhe der individualisierten Bezüge wird auf den Vergütungsbericht im Abschnitt „Weitere Informationen“ des Geschäftsberichts verwiesen; der Vergütungsbericht ist nicht Bestandteil des Lageberichts. Frühere Vorstandsmitglieder und ihre Hinterbliebenen erhielten Gesamtbezüge in Höhe von 4.775 Tsd.€ (Vorjahr: 3.800 Tsd.€). Für die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und ihren Hinterbliebenen wurden insgesamt 59.369 Tsd.€ (Vorjahr: 62.072 Tsd.€) zurückgestellt.

Im Geschäftsjahr 2021 fanden zwischen Unternehmen der Beiersdorf Gruppe, mit Ausnahme der im Vergütungsbericht dargestellten Bezüge, keine weiteren wesentlichen Geschäftsvorfälle mit Mitgliedern des Vorstands oder des Aufsichtsrats der Beiersdorf AG statt. Dies gilt entsprechend für nahe Familienangehörige dieses Personenkreises.

34 Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen

Die maxingvest ag hält seit dem 30. März 2004 mehr als 50 % des Grundkapitals der Beiersdorf AG. Die Beiersdorf AG ist demnach eine abhängige Gesellschaft i. S. v. § 312 Abs. 1 Satz 1 i.V. m. § 17 Abs. 2 AktG. Da kein Beherrschungsvertrag zwischen der Beiersdorf AG und der maxingvest ag besteht, stellt der Vorstand der Beiersdorf AG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 Abs. 1 Satz 1 AktG auf. Im Geschäftsjahr 2021 haben die Beiersdorf AG bzw. ihre verbundenen Unternehmen und die maxingvest ag bzw. deren verbundene Unternehmen wie im Vorjahr Einkaufskontingente zur Erzielung von Kostenvorteilen zusammengefasst sowie gegenseitig Produkte und Dienstleistungen zu marktüblichen Bedingungen in nicht wesentlichem Umfang bezogen. Weiterhin erfolgte in verschiedenen Bereichen eine Zusammenarbeit in geringem Umfang.

35 Anteilsbesitz an der Beiersdorf AG

Folgende Beteiligungen sind der Beiersdorf AG bis zum Tag der Aufstellung der Bilanz (7. Februar 2022) nach den Vorschriften des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG) gemeldet worden.¹ Die Angaben geben jeweils die zeitlich letzte Mitteilung meldepflichtiger Personen an die Gesellschaft wieder, sofern nicht aus Transparenzgründen die Aufführung weiterer Meldungen erforderlich ist.

1. a) Stimmrechtsmitteilungen gemäß § 21 Abs. 1 WpHG a. F. vom 2. April 2004, 14. April 2004 sowie 16. April 2004. Mit den Stimmrechtsmitteilungen der nachstehend in der Tabelle als meldepflichtig aufgeführten Personen (die „Meldepflichtigen“) gemäß § 21 Abs. 1 WpHG a. F. vom 2. April 2004, 14. April 2004 sowie 16. April 2004 wurden das erstmalige Überschreiten der 50%-Schwelle und das Halten von 50,46 % (42.386.400 Stimmrechte) an der Beiersdorf Aktiengesellschaft zum 30. März 2004 angezeigt.

Unter Berücksichtigung des am 3. Februar 2004 vollzogenen Aktienrückkaufprogramms der Beiersdorf Aktiengesellschaft und der daher vorgenommenen Zurechnung der von der Beiersdorf Aktiengesellschaft gehaltenen 9,99 % (8.393.672 eigene Aktien) nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i. V. m. Satz 3 WpHG a.F. hatten die Meldepflichtigen gemäß § 21 Abs. 1 WpHG a.F. jeweils erstmals zum 3. Februar 2004 die 50%-Schwelle überschritten und hielten zu diesem Zeitpunkt jeweils einen Stimmrechtsanteil von 59,95 % (50.360.072 Stimmrechte) an der Beiersdorf Aktiengesellschaft. Diese Erhöhung resultierte ausschließlich aus der Zurechnung der von der Beiersdorf Aktiengesellschaft gehaltenen eigenen Aktien gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V. m. Satz 3 WpHG a. F.²

Der Gesamtstimmrechtsanteil der Meldepflichtigen betrug zum 30. März 2004 jeweils 60,45 % (50.780.072 Stimmrechte) anstelle von 50,46 % (42.386.400 Stimmrechte).²

¹ Die folgenden Mitteilungen berücksichtigen aufgrund ihres zeitlich früher liegenden Eingangs teilweise nicht den durch die Hauptversammlung der Gesellschaft am 17. Mai 2006 beschlossenen Aktiensplit im Verhältnis 1 : 3. Hierdurch wurde jeweils eine Stückaktie mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 2,56 € in drei Stückaktien mit einem rechnerischen Grundkapital von je 1,00 € (nach Erhöhung des Grundkapitals ohne Ausgabe neuer Aktien) gesplittet.

² Aufgrund im Dezember 2014 geänderter Verwaltungspraxis der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht zur Zurechnung eigener Aktien werden von Emittent*innen gehaltene eigene Aktien dem Stimmrechtsanteil von Aktionär*innen nicht mehr zugerechnet.

Sämtliche Stimmrechtsanteile waren den Meldepflichtigen mit Ausnahme der Tchibo Holding AG (nunmehr firmierend unter maxingvest ag) hierbei gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V. m. Satz 3 WpHG a. F. zuzurechnen.

Der Tchibo Holding AG waren 30,36% (25.500.805 Stimmrechte) gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V. m. Satz 3 WpHG a. F. zuzurechnen; 20,10% (16.884.000 Stimmrechte) hielt sie zum damaligen Zeitpunkt direkt.

Die Ketten der kontrollierten Unternehmen lauten wie folgt:

Meldepflichtige Person ¹	Sitz und Staat, in dem sich der Wohnort oder der Sitz der meldepflichtigen Person befindet	Angaben gemäß § 17 Abs. 2 Verordnung zur Konkretisierung von Anzeige-, Mitteilungs- und Veröffentlichungspflichten sowie der Pflicht zur Führung von Insiderverzeichnissen nach dem Wertpapierhandelsgesetz (WpAIV) a. F. (kontrollierte Unternehmen, über die Stimmrechte tatsächlich gehalten werden und deren zugerechneter Stimmrechtsanteil jeweils 3% oder mehr beträgt) zum Zeitpunkt des § 17 Abs. 1 Nr. 6 WpAIV a. F.
SPM Beteiligungs- und Verwaltungs GmbH (nunmehr firmierend unter S.P.M. Beteiligungs- und Verwaltungs GmbH)	Norderstedt, Deutschland (nunmehr Sitz Hamburg, Deutschland)	Trivium Vermögensverwaltungs GmbH, Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
EH Real Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH (nunmehr firmierend unter E. H. Real Vermögensverwaltungs GmbH)	Norderstedt, Deutschland (nunmehr Sitz Hamburg, Deutschland)	Scintia Vermögensverwaltungs GmbH, EH Real Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG, Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Scintia Vermögensverwaltungs GmbH	Norderstedt, Deutschland (nunmehr Sitz Hamburg, Deutschland)	Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Trivium Vermögensverwaltungs GmbH	Norderstedt, Deutschland (nunmehr Sitz Hamburg, Deutschland)	Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Herr Michael Herz	Deutschland	SPM Beteiligungs- und Verwaltungs GmbH, Trivium Vermögensverwaltungs GmbH, Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Herr Wolfgang Herz	Deutschland	EH Real Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH, EH Real Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG, Scintia Vermögensverwaltungs GmbH, Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Max und Ingeburg Herz Stiftung	Norderstedt, Deutschland (nunmehr Sitz Hamburg, Deutschland)	Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
maxingvest ag (bis 12.09.2007 firmierend unter Tchibo Holding AG)	Hamburg, Deutschland	Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft

¹ Die folgenden meldepflichtigen Personen haben in der Folgezeit ihren Stimmrechtsanteil auf 0%, 0 Stimmrechte, heruntergemeldet: EH Real Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG (Norderstedt, Deutschland); Frau Agneta Peleback-Herz (Deutschland); Herr Joachim Herz, vertreten durch die Joachim Herz Stiftung als Rechtsnachfolgerin (Hamburg, Deutschland); Coro Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH (Hamburg, Deutschland); Ingeburg Herz GbR (Norderstedt, Deutschland). Frau Ingeburg Herz ist im Laufe des Geschäftsjahres 2015 verstorben.

Zur Klarstellung: Die von der Beiersdorf Aktiengesellschaft gehaltenen eigenen Aktien sind gemäß § 71b AktG weder stimm- noch dividendenberechtigt.

b) Stimmrechtsmitteilung gemäß § 21 Abs. 1 WpHG a. F. vom 29. Dezember 2004. Mit der am 29. Dezember 2004 abgegebenen Stimmrechtsmitteilung gemäß § 21 Abs. 1 WpHG a. F. teilte die Tchibo Holding AG mit, dass die Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH (nunmehr firmierend unter BBG Beteiligungsgesellschaft mbH) mit dem Erwerb von 20,10% der Stimmrechte an der Beiersdorf Aktiengesellschaft von der Tchibo Holding AG erstmals die 50%-Schwelle überschritten und zum 22. Dezember 2004 50,46% (42.386.400 Stimmrechte) an der Beiersdorf Aktiengesellschaft gehalten hatte.

Unter Berücksichtigung des am 3. Februar 2004 vollzogenen Aktienrückkaufprogramms der Beiersdorf Aktiengesellschaft und der nunmehr vorgenommenen Zurechnung nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG a.F. der im Rahmen des Rückkaufprogramms erworbenen 9,99% (8.393.672 eigene Aktien) hatte die Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH gemäß § 21 Abs. 1 WpHG a. F. erstmals zum 22. Dezember 2004 die 50%-Schwelle überschritten und hielt zu diesem Zeitpunkt einen Stimmrechtsanteil von 60,45% (50.780.072 Stimmrechte) an der Beiersdorf Aktiengesellschaft.² Davon waren der Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH insgesamt 40,35% (33.894.477 Stimmrechte) zuzurechnen. Die Kette der kontrollierten Unternehmen lautete wie folgt: Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft. Die Erhöhung resultierte ausschließlich aus der Zurechnung der von der Beiersdorf Aktiengesellschaft gehaltenen eigenen Aktien gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG a.F.²

² Aufgrund im Dezember 2014 geänderter Verwaltungspraxis der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht zur Zurechnung eigener Aktien werden von Emittent*innen gehaltene eigene Aktien dem Stimmrechtsanteil von Aktionär*innen nicht mehr zugerechnet.

c) Stimmrechtsmitteilung gemäß § 21 Abs.1 WpHG a. F.vom 16. April 2009.

Die Stimmrechtsmitteilung der EH Real Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH vom 11. März 2008 wurde hiermit zurückgenommen. Der Stimmrechtsanteil der EH Real Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH hatte auch am 15. Januar 2007 und danach weiterhin die Schwellen von 3, 5, 10, 15, 20, 25, 30 und 50% überschritten und betrug unter Hinzurechnung der von der Beiersdorf Aktiengesellschaft gehaltenen 9,99% (25.181.016 eigene Aktien) unter Berücksichtigung der Erhöhung des Grundkapitals aus Gesellschaftsmitteln ohne Ausgabe neuer Aktien und der Neueinteilung des Grundkapitals (Aktiensplit) im Verhältnis 1:3 im Jahr 2006 gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i. V. m. Satz 3 WpHG a. F. weiterhin ebenfalls 60,45% (152.340.216 Stimmrechte).¹

2.

Im Geschäftsjahr 2021 übermittelte die BlackRock, Inc., Wilmington, DE, USA, mehrere Mitteilungen gemäß §§ 33 ff. WpHG, mit denen die BlackRock, Inc. für sich und eine Reihe von Tochtergesellschaften mehrmals das Über- oder Unterschreiten der Schwelle von 3% der Stimmrechte an der Beiersdorf Aktiengesellschaft anzeigte. Ausweislich der letzten Mitteilung der BlackRock, Inc. vom 2. Juni 2021 war der BlackRock, Inc. und einer Reihe ihrer Tochtergesellschaften am 28. Mai 2021 ein Stimmrechtsanteil von 2,99% aus Aktien der Beiersdorf Aktiengesellschaft gemäß § 34 WpHG zuzurechnen. Darüber hinaus waren die BlackRock, Inc. und eine Reihe ihrer Tochtergesellschaften zu diesem Zeitpunkt unmittelbar oder mittelbar Inhabende von Finanzinstrumenten gemäß § 38 WpHG, die sich auf insgesamt 0,02% der Stimmrechte aus Aktien an der Beiersdorf Aktiengesellschaft bezogen.

3.

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

Sämtliche Veröffentlichungen zu Stimmrechtsmitteilungen gemäß § 40 Abs. 1 WpHG, die die Beiersdorf Aktiengesellschaft seit dem 3. Januar 2018 vorgenommen hat, können unter www.beiersdorf.de/investoren/finanzberichte/stimmrechtsmitteilungen eingesehen werden.

Nachtragsbericht

Am 1. Februar 2022 übernahm Beiersdorf Chantecaille Beaute Inc. (USA), ein Unternehmen für Prestige-Kosmetik, zu 100% für einen Kaufpreis von 529 Mio.€ (USD 590 Mio.). Abhängig von der zukünftigen Entwicklung des Chantecaille- Geschäfts kann sich der Kaufpreis in den nächsten drei Jahren um bis zu 90 Mio.€ (USD 100 Mio.) erhöhen. Die Finanzierung der Akquisition erfolgte aus eigenen liquiden Mitteln. Durch die Übernahme von Chantecaille erweitert Beiersdorf das Portfolio im Prestige-Kosmetiksegment und stärkt seine Position, insbesondere in den USA, China und Korea. Dies gehört zu einer der Prioritäten der Strategie C.A.R.E.+ . Chantecaille wird bei Beiersdorf im Bereich Consumer als komplementäre Selektivkosmetikmarke geführt.

Chantecaille wurde 1997 gegründet und bietet innovative Hautpflege-, Duft und Kosmetikprodukte an, die auf pflanzlichen Inhaltsstoffen basieren. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in New York und ist weltweit vertreten, mit starker Präsenz in Nordamerika und Asien. 2021 erwirtschaftete Chantecaille einen weltweiten Umsatz von über 90 Mio.€ (USD 100 Mio.).

Die Übernahme fand im Rahmen eines Share Deals statt. Der Kaufpreis teilt sich wie folgt auf: 529 Mio.€ (USD 590 Mio.), Nettovermögenswerte in Höhe von 45 bis 72 Mio.€ (USD 50 bis 80 Mio.) im Wesentlichen bestehend aus Vorratsvermögen, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie immaterielle Vermögenswerte (inkl. Geschäfts- oder Firmenwert) in Höhe von 457 bis 484 Mio.€ (USD 510 bis 540 Mio.). Die Werte zur Aufteilung des Kaufpreises sind vorläufig und vor der Erstellung einer Kaufpreisallokation verarbeitet, da die Einsammlung und Prüfung der für eine Kaufpreisallokation relevanten Informationen noch andauern wird. Für steuerliche Zwecke wird die Akquisition als Asset Deal behandelt und führt zu steuerlich abzugsfähigen Abschreibungsbeträgen in den USA; dies gilt auch für den erworbenen Geschäfts- und Firmenwert.

¹ Aufgrund im Dezember 2014 geänderter Verwaltungspraxis der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht zur Zurechnung eigener Aktien werden von Emittent*innen gehaltene eigene Aktien dem Stimmrechtsanteil von Aktionär*innen nicht mehr zugerechnet.

Organe der Beiersdorf AG

AUFSICHTSRAT

Name	Ausgeübter Beruf	Mitgliedschaften
Hong Chow	Leiterin China & International, Unternehmensbereich Healthcare, Merck KGaA	
Reiner Hansert	Business Partner tesa & La Prairie Group Corporate Brand Protection Unit, Beiersdorf AG	Mitglied des Aufsichtsrats (seit 01.01.2022): - maxingvest ag (nicht börsennotiert)
Martin Hansson¹ Stellvertretender Vorsitzender	Chief Executive Officer, Salix Group	Mitglied des Aufsichtsrats: - Tchibo GmbH (nicht börsennotiert)
Wolfgang Herz	Geschäftsführer Participia Holding GmbH	Mitglied des Aufsichtsrats: - maxingvest ag (nicht börsennotiert) - Tchibo GmbH (nicht börsennotiert) Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats: - Libri GmbH (nicht börsennotiert) Vorsitzender des Aufsichtsrats: - Blume2000 SE (nicht börsennotiert) - TOPP Holding AG (nicht börsennotiert)
Andreas Köhn (seit 01.04.2021)	Betriebsratsvorsitzender der Beiersdorf Manufacturing Hamburg GmbH	
Jan Koltze	Bezirksleiter, Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie	Mitglied des Aufsichtsrats: - Aurubis AG (börsennotiert) - ExxonMobil Deutschland Holding (nicht börsennotiert) - maxingvest ag (nicht börsennotiert)
Dr. Dr. Christine Martel	Leiterin Global Commercial, Leiterin Geschäftsbereich Special.T, Société des Produits Nestlé S.A.	
Olaf Papier	Betriebsratsvorsitzender, Beiersdorf AG	Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats (bis 19.05.2021): - Ilume Informatik AG (nicht börsennotiert)
Frédéric Pflanz	Chief Financial Officer, maxingvest ag	Vorsitzender des Beirats: - meridian Stiftung (nicht börsennotiert) Mitglied im Verwaltungsrat: - Cambiata Schweiz AG, Schweiz (nicht börsennotiert) Mitglied des Board of Directors: - Cambiata Ltd., British Virgin Islands (nicht börsennotiert)
Prof. Dr. Reinhard Pöllath Vorsitzender	Rechtsanwalt, P+P Pöllath + Partners	Vorsitzender des Aufsichtsrats: - maxingvest ag (nicht börsennotiert) - Wanzl GmbH & Co. KGaA (nicht börsennotiert) Mitglied des Aufsichtsrats: - Tchibo GmbH (nicht börsennotiert, seit 01.07.2021) - Wanzl GmbH & Co. Holding KG (nicht börsennotiert)
Prof. Manuela Rousseau¹ (Stellvertretende Vorsitzende)	Senior Advisor for Diversity & Inclusion, Beiersdorf AG Professorin an der Hochschule für Musik und Theater, Hamburg	Mitglied des Aufsichtsrats (bis 31.12.2021): - maxingvest ag (nicht börsennotiert)
Regina Schillings (bis 01.04.2021)	Mitarbeiterin, Inventory Accounting, Beiersdorf Shared Services GmbH	Mitglied des Aufsichtsrats: - maxingvest ag (nicht börsennotiert)
Kirstin Weiland	Betriebsratsvorsitzende, tesa SE	Mitglied des Aufsichtsrats: - tesa SE (konzernintern, nicht börsennotiert)

¹ Diversity-Beauftragte des Aufsichtsrats.

AUSSCHÜSSE DES AUFSICHTSRATS

Mitglieder des Präsidialausschusses	Mitglieder des Prüfungsausschusses	Mitglieder des Finanzausschusses	Mitglieder des Nominierungsausschusses	Mitglieder des Vermittlungsausschusses	Mitglieder des Personalausschusses
- Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender)	- Dr. Dr. Christine Martel (Vorsitzende)	- Frédéric Pflanz (Vorsitzender)	- Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender)	- Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender)	- Frédéric Pflanz (Vorsitzender)
- Martin Hansson (bis 31.08.2021)	- Reiner Hansert	- Reiner Hansert	- Hong Chow	- Martin Hansson	(seit 31.08.2021)
- Wolfgang Herz	- Martin Hansson	- Martin Hansson	- Martin Hansson	- Olaf Papier	- Martin Hansson (Vorsitzender)
- Frédéric Pflanz (seit 31.08.2021)	- Olaf Papier (seit 01.04.2021)	- Dr. Dr. Christine Martel	- Dr. Dr. Christine Martel	- Prof. Manuela Rousseau	(bis 31.08.2021)
- Prof. Manuela Rousseau	- Frédéric Pflanz	- Olaf Papier (seit 01.04.2021)			- Hong Chow
	- Regina Schillings (bis 01.04.2021)	- Regina Schillings (bis 01.04.2021)			- Reiner Hansert
					- Andreas Köhn (seit 01.04.2021)
					- Olaf Papier (bis 01.04.2021)
					- Prof. Dr. Reinhard Pöllath
					- Kirstin Weiland

VORSTAND

Name	Funktion	Verantwortlichkeiten	Mitgliedschaften ¹
Vincent Warnery	Vorsitzender (seit 01.05.2021)	Unternehmensentwicklung & Strategie Interne Revision Supply Chain & Qualitätssicherung Forschung & Entwicklung Konzernkommunikation Greater China/Korea Japan	Mitglied des Aufsichtsrats (Bestyrrelse) (bis 05.08.2021): - ALK-Abelló A/S, Dänemark (börsennotiert)
Stefan De Loecker (bis 30.06.2021)	Vorsitzender (bis 30.04.2021)		
Oswald Barckhahn (seit 15.10.2021)	Europe USA & Canada	Europa USA & Kanada	
Astrid Hermann (seit 01.01.2021)	Finance tesa SE	Finanzen & Controlling Recht & Compliance IT tesa SE	Stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrats (seit 29.04.2021): - tesa SE (konzernintern, nicht börsennotiert)
Thomas Ingelfinger	Europe (bis 31.12.2021)		Vorsitzender des Beirats: - Tengelmann Verwaltungs- und Betei- ligungs GmbH (nicht börsennotiert)
Zhengrong Liu	Human Resources	Personal Nachhaltigkeit General Services & Real Estate - Arbeitsdirektor -	
Grita Loeb sack (seit 01.01.2022)	NIVEA	Brand Management Digital Marketing	
Ramon A. Mirt	Emerging Markets	Lateinamerika Afrika Asien (ohne Greater China/Korea) Russland	
Asim Naseer (bis 05.04.2021)	Cosmetic Brands	Markenführung Kategorieentwicklung	
Patrick Rasquinet (seit 01.07.2021)	Pharmacy & Selective	Derma Healthcare La Prairie	
Dessi Temperley (bis 05.04.2021)	Finance tesa SE (bis 17.02.2021)		Stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrats: - tesa SE (konzernintern, nicht börsennotiert) Mitglied des Board of Directors: - Coca-Cola European Partners plc, Vereinigtes Königreich (börsennotiert)

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

Hamburg, 7. Februar 2022
Beiersdorf AG

Der Vorstand

Bestätigungen

Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers

An die Beiersdorf Aktiengesellschaft

Vermerk über die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts

Prüfungsurteile

Wir haben den Konzernabschluss der Beiersdorf Aktiengesellschaft, Hamburg, und ihrer Tochtergesellschaften (der Konzern) – bestehend aus der Konzernbilanz zum 31. Dezember 2021, der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, der Konzerngesamtergebnisrechnung, der Konzernkapitalflussrechnung und der Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 sowie dem Konzernanhang, einschließlich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Konzernlagebericht der Beiersdorf Aktiengesellschaft, der mit dem Lagebericht der Gesellschaft zusammengefasst wurde, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 geprüft. Die in der Anlage zum Bestätigungsvermerk genannten Bestandteile des Konzernlageberichts haben wir in Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Konzernabschluss in allen wesentlichen Belangen den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns zum 31. Dezember 2021 sowie seiner Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 und
- vermittelt der beigefügte Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Konzernlagebericht in Einklang mit dem Konzernabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Unser Prüfungsurteil zum Konzernlagebericht erstreckt sich nicht auf den Inhalt der in der Anlage zum Bestätigungsvermerk genannten Bestandteile des Konzernlageberichts.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-Abschlussprüferverordnung (Nr. 537/ 2014; im Folgenden „EU-APrVO“) unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von den Konzernunternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den europarechtlichen sowie den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Darüber hinaus erklären wir gemäß Artikel 10 Abs. 2 Buchst. f) EU-APrVO, dass wir keine verbotenen Nichtprüfungsleistungen nach Artikel 5 Abs. 1 EU-APrVO erbracht haben. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht zu dienen.

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte in der Prüfung des Konzernabschlusses

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen am bedeutsamsten in unserer Prüfung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung des Konzernabschlusses als Ganzem und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt; wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.

Nachfolgend beschreiben wir die aus unserer Sicht besonders wichtigen Prüfungssachverhalte:

1) Umsatzrealisierung aus dem Verkauf von Waren und Erzeugnissen

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt

Im Konzernabschluss der Beiersdorf Aktiengesellschaft werden Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Waren und Erzeugnissen abzüglich Rabatten, Kundenboni und Skonti sowie Rücklieferungen realisiert, wenn die Verfügungsmacht über die Waren und Erzeugnisse auf die Kunden übergegangen ist. Leistungen an Handelspartner werden ebenfalls von den Umsatzerlösen abgesetzt, soweit ihnen nicht eindeutig identifizierbare Gegenleistungen gegenüberstehen und ihr beizulegender Zeitwert verlässlich geschätzt werden kann. Durch die große Anzahl unterschiedlicher vertraglicher Vereinbarungen und das hierbei ausübende Ermessen bei der Beurteilung erwarteter Rabatte, Kundenboni und Skonti sowie Rücklieferungen besteht bei der Umsatzrealisierung aus dem Verkauf von Waren und Erzeugnissen ein erhöhtes Risiko einer fehlerhaften Bilanzierung. Daher war die Prüfung der Umsatzrealisierung aus dem Verkauf von Waren und Erzeugnissen einer der bedeutsamsten Prüfungssachverhalte.

Prüferisches Vorgehen

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir die im Konzernabschluss der Beiersdorf Aktiengesellschaft angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsvorgaben für die Realisierung von Umsatzerlösen aus dem Verkauf von Waren und Erzeugnissen anhand der in IFRS 15 definierten Kriterien gewürdigt. Wir haben den von den gesetzlichen Vertretern der Beiersdorf Aktiengesellschaft für den Beiersdorf-Konzern implementierten Prozess für die Umsatzrealisierung und die Abgrenzung erwarteter Rabatte, Kundenboni und Skonti sowie erwarteter Rücklieferungen anhand ausgewählter Geschäftsvorfälle vom Eingang der Bestellung bis zur Abbildung im Konzernabschluss nachvollzogen sowie die Wirksamkeit von in diesem Prozess implementierten Kontrollen getestet und beurteilt. Darüber hinaus haben wir in Stichproben nachvollzogen, ob die vertraglich vereinbarten beziehungsweise gewährten Rabatte, Kundenboni und Skonti die erfolgten Rücklieferungen sowie die Leistungen an Handelspartner ohne identifizierbare Gegenleistung periodengerecht von den Umsatzerlösen abgesetzt wurden. Ferner haben wir die Berechnung der noch zu erwartenden Rücklieferungen von Waren und Erzeugnissen und deren Abgrenzung von den Umsatzerlösen analysiert, indem wir unter Berücksichtigung der mit den Kunden getroffenen vertraglichen Vereinbarungen die in Vorjahren getroffenen Annahmen einem Soll-/Ist-Abgleich unterzogen haben. Zum Nachweis der Existenz der Umsatzerlöse haben wir diese unter anderem mit Hilfe von Datenanalysen daraufhin untersucht, ob sie zu Forderungen aus Lieferungen und Leistungen geführt haben und ob diese wiederum durch Zahlungseingänge ausgeglichen wurden. Im Vergleich zum Jahresdurchschnitt betragsmäßig hohe im Dezember 2021 erfasste Buchungen haben wir daraufhin durchgesehen, ob Auffälligkeiten hinsichtlich der Periodenabgrenzung vorliegen.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich hinsichtlich der Umsatzrealisierung aus dem Verkauf von Waren und Erzeugnissen keine Einwendungen ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben

Zu den bezüglich der Umsatzrealisierung aus dem Verkauf von Waren und Erzeugnissen angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen und den damit in Zusammenhang stehenden Angaben zur Ermessensausübung verweisen wir auf die Angabe im Konzernanhang im Abschnitt „Grundlagen und Methoden“ unter Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze.

2) Laufende und latente Ertragsteuern sowie Einfuhrumsatzsteuern und Zölle

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt

Der Beiersdorf-Konzern betreibt seine Geschäftstätigkeit in Ländern mit unterschiedlichem lokalem Steuer- und Zollrecht mit der eine Komplexität der Sachverhalte, die der Bilanzierung laufender und latenter Ertragsteuern sowie der Abbildung der Risiken aus Einfuhrumsatzsteuern und Zöllen zugrunde liegen, namentlich die verwendeten Verrechnungspreise, konzerninterne Finanzierungen und sich ändernde Steuer- und Zollgesetze, einhergeht. Die Ermittlung der Rückstellungen für ertragsteuerliche Verpflichtungen, die Ermittlung latenter Steuerpositionen sowie die Abbildung der Risiken aus Einfuhrumsatzsteuern und Zöllen erfordert, dass die gesetzlichen

Vertreter der Beiersdorf Aktiengesellschaft wesentliches Ermessen bei der Beurteilung von Steuer- und Zollsachverhalten, der Schätzung bezüglich der steuerlichen und zollrechtlichen Risiken sowie der Werthaltigkeit der aktiven latenten Steuern ausüben.

Vor dem Hintergrund der Risiken und deren potentieller Auswirkung auf den Konzernabschluss aus den laufenden und latenten Ertragsteuern sowie Einfuhrumsatzsteuern und Zöllen, der Komplexität der jeweiligen Einzel Sachverhalte sowie der vorhandenen Ermessensspielräume war die Prüfung der laufenden und latenten Ertragsteuern sowie Einfuhrumsatzsteuern und Zölle einer der bedeutsamsten Prüfungssachverhalte.

Prüferisches Vorgehen

Im Rahmen der Prüfung haben wir die Prozesse des Beiersdorf-Konzerns zur Einschätzung steuerlicher und zollrechtlicher Risiken nachvollzogen. Im Rahmen dieser Prozesse beauftragen die gesetzlichen Vertreter der Beiersdorf Aktiengesellschaft regelmäßig externe Steuerexperten mit Stellungnahmen zu einzelnen Sachverhalten. Wir haben unsere Steuer- und Zollexperten mit entsprechenden Kenntnissen im jeweiligen lokalen Steuer- und Zollrecht der betroffenen Länder eingebunden, um die steuerlichen und zollrechtlichen Beurteilungen der gesetzlichen Vertreter der Beiersdorf Aktiengesellschaft unter Berücksichtigung gegebenenfalls vorliegender externer Stellungnahmen zu würdigen. Dabei haben wir auch die Korrespondenz mit den zuständigen Steuer- und Zollbehörden sowie den aktuellen Stand von laufenden Rechtsbehelfs- und Gerichtsverfahren berücksichtigt. Die Annahmen zur Ermittlung der laufenden Ertragsteuerrückstellungen und der latenten Steuern sowie zur Abbildung der Risiken aus Einfuhrumsatzsteuern und Zöllen haben wir insbesondere unter Berücksichtigung der verwendeten Verrechnungspreise auf der Grundlage unserer Kenntnisse und unserer Erfahrungen über die derzeitige Anwendung der einschlägigen Rechtsvorschriften durch Behörden und Gerichte untersucht. Die Annahmen zur Werthaltigkeit von aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge und auf temporäre Differenzen haben wir untersucht, indem wir die zugrunde liegenden Planungsrechnungen mit der Entwicklung der Ergebnisse der entsprechenden Gesellschaften in den vergangenen Jahren sowie mit öffentlich verfügbaren Informationen über die erwartete Entwicklung der entsprechenden Märkte plausibilisiert haben. Darüber hinaus haben wir die Angaben im Konzernanhang der Beiersdorf Aktiengesellschaft über die laufenden und die latenten Ertragsteuern sowie über die Risiken aus Einfuhrumsatzsteuern und Zöllen gewürdigt.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich hinsichtlich der Bilanzierung laufender und latenter Ertragsteuern sowie der Abbildung der Risiken aus Einfuhrumsatzsteuern und Zöllen keine Einwendungen ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben

Zu den bezüglich laufender und latenter Ertragsteuern sowie der Abbildung der Risiken aus Einfuhrumsatzsteuern und Zöllen angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen und zu den damit in Zusammenhang stehenden Angaben zur Ermessensausübung der gesetzlichen Vertreter und zu Quellen von Schätzungsunsicherheit verweisen wir auf die Angaben im Konzernanhang im Abschnitt „Grundlagen und Methoden“ unter Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, im Abschnitt „Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung“ unter Textziffer 08 sowie im Abschnitt „Sonstige Angaben“ unter Textziffer 29.

3) Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit einem abgeschlossenen Kartellverfahren

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt

Im Oktober 2016 wurde der Beiersdorf Aktiengesellschaft eine Klage des Insolvenzverwalters der Anton Schlecker e. K. i.l., Ehingen (Donau), auf Schadenersatz im Zusammenhang mit einem im Jahr 2013 abgeschlossenen deutschen Kartellverfahren zugestellt. Neben der Beiersdorf Aktiengesellschaft sind sechs weitere Unternehmen beklagt. Die vom Insolvenzverwalter der Anton Schlecker e. K. i.l., Ehingen (Donau), gesamtschuldnerisch gegen alle Beklagten gemeinsam erhobene Forderung beläuft sich auf ca. EUR 200 Mio. zuzüglich Zinsen. Diese Klage wurde im Geschäftsjahr 2018 in erster Instanz und im Geschäftsjahr 2020 in zweiter Instanz ohne Möglichkeit der Revision beim BGH, abgewiesen. Der Insolvenzverwalter der Anton Schlecker e. K. i.l., Ehingen (Donau), hat gegen das Urteil der zweiten Instanz eine Nichtzulassungsbeschwerde beim Bundesgerichtshof, Karlsruhe, eingelegt. Die Revision wurde auf die Nichtzulassungsbeschwerde des Klägers hin ohne Begründung durch den BGH im Januar 2022 zugelassen. Im Zusammenhang mit dem oben genannten abgeschlossenen Kartellverfahren haben in den Geschäftsjahren 2016 bzw. 2017 weitere in- und ausländische Kunden des Beiersdorf-Konzerns Schadenersatzklagen gegen Gesellschaften des Beiersdorf-Konzerns eingereicht bzw. Schadenersatzansprüche außergerichtlich geltend gemacht. Aufgrund der bestehenden Unsicherheiten erfordert die Abbildung der rechtlichen Risiken aus den geltend gemachten Schadenersatzansprüchen im Konzernabschluss, dass die gesetzlichen Vertreter der Beiersdorf Aktiengesellschaft wesentliches Ermessen bei der Beurteilung, ob und in welcher Höhe ein möglicher Schaden entstanden ist, und hinsichtlich des Umfangs einer möglichen Inanspruchnahme aus gesamtschuldnerischer Haftung ausüben. Bei der Ermittlung der Höhe eines möglichen Schadens besteht insbesondere erhebliches Ermessen in Bezug auf die Annahmen zur Höhe des sogenannten „Overcharge“ sowie zur Höhe der sogenannten „Pass-on rate“. Der „Overcharge“ entspricht der prozentualen Differenz zwischen den am Markt tatsächlich beobachteten Preisen und den Preisen, die ohne Vorliegen eines Kartells erwartet werden. Die „Pass-on rate“ entspricht dem prozentualen Umfang, in dem Preiserhöhungen der Lieferanten an die Kunden weitergegeben wurden.

Vor dem Hintergrund der Risiken und möglichen Auswirkung auf den Konzernabschluss aus den Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit dem abgeschlossenen Kartellverfahren, der Komplexität der jeweiligen Einzel-sachverhalte sowie der vorhandenen Ermessensspielräume war die Prüfung der Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit abgeschlossenen Kartellverfahren einer der bedeutsamsten Prüfungssachverhalte.

Prüferisches Vorgehen

Wir haben die Prozesse des Beiersdorf-Konzerns zur Einschätzung rechtlicher Risiken nachvollzogen. Im Rahmen dieser Prozesse haben die gesetzlichen Vertreter der Beiersdorf Aktiengesellschaft externe Rechtsanwälte mit Stellungnahmen zur Würdigung der rechtlichen Grundlagen für die geltend gemachten Schäden und einer möglichen Inanspruchnahme aus gesamtschuldnerischer Haftung sowie externe Gutachter mit Gutachten zur Ermittlung der Höhe eines möglichen Schadens beauftragt. Wir haben Rechts-

anwaltsbestätigungen von den seitens der BDF AG beauftragten externen Rechtsanwälte eingeholt. Wir haben diese Rechtsanwaltsbestätigungen sowie ergänzende interne Dokumentationen der BDF AG kritisch hinsichtlich möglicher Änderungen der ursprünglichen Risikoeinschätzung und der Ermittlung der Höhe eines möglichen Schadens durchgesehen und beurteilt. Wir haben die vorliegenden Schadenersatzklagen, Klageerwiderungen, Repliken auf die Klageerwiderungen, Gerichtsurteile sowie sonstige Korrespondenz daraufhin untersucht, ob sie bei der ursprünglichen Risikoeinschätzung der gesetzlichen Vertreter der Beiersdorf Aktiengesellschaft berücksichtigt wurden. Des Weiteren haben wir die ursprüngliche Ermittlung der Höhe eines möglichen Schadens, insbesondere die dabei auf der Grundlage ökonomischer Modelle getroffenen Annahmen in Bezug auf die Höhe des sogenannten „Overcharge“ und die Höhe der sogenannten „Pass-on rate“ nachvollzogen, indem wir das Vorgehen des externen Gutachters gewürdigt haben. Zusätzlich haben wir die Kompetenz, Fähigkeiten und Objektivität des externen Gutachters gewürdigt. Darüber hinaus umfassten unsere Prüfungshandlungen auch die Beurteilung der Angaben im Konzernanhang der Beiersdorf Aktiengesellschaft zu den rechtlichen Risiken aus den geltend gemachten Schadenersatzansprüchen.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich hinsichtlich der Abbildung der rechtlichen Risiken aus Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit einem abgeschlossenen Kartellverfahren keine Einwendungen ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben

Zu den Angaben zu den rechtlichen Risiken im Zusammenhang mit einem abgeschlossenen Kartellverfahren verweisen wir auf die Angaben im Konzernanhang im Abschnitt „Sonstige Angaben“ unter Textziffer 29.

Sonstige Informationen

Der Aufsichtsrat ist für den Bericht des Aufsichtsrats verantwortlich. Für die Erklärung nach § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex, die Bestandteil der Konzern-Erklärung zur Unternehmensführung ist, sowie für den Vergütungsbericht nach § 162 AktG sind die gesetzlichen Vertreter und der Aufsichtsrat verantwortlich. Im Übrigen sind die gesetzlichen Vertreter für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die in der Anlage zum Bestätigungsvermerk genannten Bestandteile des Konzernlageberichts, ferner die übrigen Bestandteile des Geschäftsberichts, mit Ausnahme des geprüften Konzernabschlusses und Konzernlageberichts sowie unseres Bestätigungsvermerks, insbesondere die Versicherung der gesetzlichen Vertreter gemäß § 297 Abs. 2 Satz 4 HGB, den Bericht des Aufsichtsrats nach § 171 Abs. 2 AktG die Abschnitte „Magazin“, „Brief des Vorstandsvorsitzenden“ und „Beiersdorf Aktie und Investor Relations“ des Geschäftsberichts. Von diesen sonstigen Informationen haben wir eine Fassung bis zur Erteilung dieses Bestätigungsvermerks erlangt.

Unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht erstrecken sich nicht auf die sonstigen Informationen, und dementsprechend geben wir weder ein Prüfungsurteil noch irgendeine andere Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu ab.

Im Zusammenhang mit unserer Prüfung haben wir die Verantwortung, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen

- wesentliche Unstimmigkeiten zum Konzernabschluss, zum Konzernlagebericht oder unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen
- oder anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Falls wir auf der Grundlage der von uns durchgeführten Arbeiten den Schluss ziehen, dass eine wesentliche falsche Darstellung dieser sonstigen Informationen vorliegt, sind wir verpflichtet, über diese Tatsache zu berichten. Wir haben in diesem Zusammenhang nichts zu berichten.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Konzernabschlusses, der den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Konzernabschluss unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Konzernabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen - beabsichtigten oder unbeabsichtigten - falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, es sei denn, es besteht die Absicht den Konzern zu liquidieren oder der Einstellung des Geschäftsbetriebs oder es besteht keine realistische Alternative dazu.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Konzernlageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Konzernlagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses des Konzerns zur Aufstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Konzernabschluss als Ganzes frei von wesentlichen - beabsichtigten oder unbeabsichtigten - falschen Darstellungen ist, und ob der Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-APrVO unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Konzernabschlusses und Konzernlageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher - beabsichtigter oder unbeabsichtigter - falscher Darstellungen im Konzernabschluss und im Konzernlagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können;
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Konzernabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Konzernlageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme abzugeben;
- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben;
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame

Zweifel an der Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Konzernabschluss und im Konzernlagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass der Konzern seine Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann;

- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Konzernabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Konzernabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Konzernabschluss unter Beachtung der IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt;
- holen wir ausreichende, geeignete Prüfungsnachweise für die Rechnungslegungsinformationen der Unternehmen oder Geschäftstätigkeiten innerhalb des Konzerns ein, um Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht abzugeben. Wir sind verantwortlich für die Anleitung, Überwachung und Durchführung der Konzernabschlussprüfung. Wir tragen die alleinige Verantwortung für unsere Prüfungsurteile;
- beurteilen wir den Einklang des Konzernlageberichts mit dem Konzernabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage des Konzerns;
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Konzernlagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Wir geben gegenüber den für die Überwachung Verantwortlichen eine Erklärung ab, dass wir die relevanten Unabhängigkeitsanforderungen eingehalten haben, und erörtern mit ihnen alle Beziehungen und sonstigen Sachverhalte, von denen vernünftigerweise angenommen werden kann, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit auswirken, und die hierzu getroffenen Schutzmaßnahmen.

Wir bestimmen von den Sachverhalten, die wir mit den für die Überwachung Verantwortlichen erörtert haben, diejenigen Sachverhalte, die in der Prüfung des Konzernabschlusses für den aktuellen Berichtszeitraum am bedeutsamsten waren und daher die besonders wichtigen Prüfungssachverhalte sind. Wir beschreiben diese Sachverhalte im Bestätigungsvermerk, es sei denn, Gesetze oder andere Rechtsvorschriften schließen die öffentliche Angabe des Sachverhalts aus.

Sonstige gesetzliche und andere rechtliche Anforderungen

Vermerk über die Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts nach § 317 Abs. 3a HGB

Prüfungsurteil

Wir haben gemäß § 317 Abs. 3a HGB eine Prüfung mit hinreichender Sicherheit durchgeführt, ob die in der beigefügten Datei Beiersdorf_AG_KA+KLB_ESEF_2021-12-31.zip (SHA-256-Prüfsumme: 90fcdd102b794a6a59cc80070b21a8bfa4359b1f882edd77bc406a53dad20419) enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts (im Folgenden auch als „ESEF-Unterlagen“ bezeichnet) den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat („ESEF-Format“) in allen wesentlichen Belangen entsprechen. In Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften erstreckt sich diese Prüfung nur auf die Überführung der Informationen des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in das ESEF-Format und daher weder auf die in diesen Wiedergaben enthaltenen noch auf andere in der oben genannten Datei enthaltene Informationen. Nach diesen Vorschriften erstreckt sich unsere Prüfung zudem nicht auf die in der Anlage genannten von der Gesellschaft freiwillig vorgenommenen Auszeichnungen der einzelnen Konzernanhangangaben.

Nach unserer Beurteilung entsprechen die in der oben genannten beigefügten Datei enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in allen wesentlichen Belangen den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat. Über dieses Prüfungsurteil sowie unsere im voranstehenden „Vermerk über die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts“ enthaltenen Prüfungsurteile zum beigefügten Konzernabschluss und zum beigefügten Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 hinaus geben wir keinerlei Prüfungsurteil zu den in diesen Wiedergaben enthaltenen Informationen sowie zu den anderen in der oben genannten Datei enthaltenen Informationen ab. Wir geben zudem kein Prüfungsurteil zu den in der Anlage genannten von der Gesellschaft freiwillig vorgenommenen Auszeichnungen der einzelnen Konzernanhangangaben ab.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Prüfung der in der oben genannten beigefügten Datei enthaltenen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit § 317 Abs. 3a HGB unter Beachtung des Entwurfs des IDW Prüfungsstandards: Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben von Abschlüssen und Lageberichten nach § 317 Abs. 3a HGB (IDW PS 410 (10.2021)) durchgeführt.

Unsere Verantwortung danach ist im Abschnitt „Verantwortung des Konzernabschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen“ weitergehend beschrieben. Unsere Wirtschaftsprüferpraxis hat die Anforderungen an das Qualitätssicherungssystem des IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1) angewendet.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für die ESEF-Unterlagen

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Erstellung der ESEF-Unterlagen mit den elektronischen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 1 HGB und für die Auszeichnung des Konzernabschlusses nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 2 HGB.

Ferner sind die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachten, um die Erstellung der ESEF-Unterlagen zu ermöglichen, die frei von wesentlichen - beabsichtigten oder unbeabsichtigten - Verstößen gegen die Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat sind.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung der Erstellung der ESEF-Unterlagen als Teil des Rechnungslegungsprozesses.

Verantwortung des Konzernabschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die ESEF-Unterlagen frei von wesentlichen - beabsichtigten oder unbeabsichtigten - Verstößen gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB sind. Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus:

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher - beabsichtigter oder unbeabsichtigter - Verstöße gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen;
- gewinnen wir ein Verständnis von den für die Prüfung der ESEF-Unterlagen relevanten internen Kontrollen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Kontrollen abzugeben;
- beurteilen wir die technische Gültigkeit der ESEF-Unterlagen, d.h. ob die die ESEF-Unterlagen enthaltende Datei die Vorgaben der Delegierten Verordnung (EU) 2019/815 in der zum Abschlussstichtag geltenden Fassung an die technische Spezifikation für diese Datei erfüllt;
- beurteilen wir, ob die ESEF-Unterlagen eine inhaltsgleiche XHTML-Wiedergabe des geprüften Konzernabschlusses und des geprüften Konzernlageberichts ermöglichen;
- beurteilen wir, ob die Auszeichnung der ESEF-Unterlagen mit Inline XBRL-Technologie (iXBRL) nach Maßgabe der Artikel 4 und 6 der Delegierten Verordnung (EU) 2019/815 in der am Abschlussstichtag geltenden Fassung eine angemessene und vollständige maschinenlesbare XBRL-Kopie der XHTML-Wiedergabe ermöglicht.

Übrige Angaben gemäß Artikel 10 EU-APrVO

Wir wurden von der Hauptversammlung am 1. April 2021 als Konzernabschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 1. Juni 2021 vom Aufsichtsrat beauftragt. Wir sind ununterbrochen seit dem Geschäftsjahr 2006 als Konzernabschlussprüfer der Beiersdorf Aktiengesellschaft tätig.

Wir erklären, dass die in diesem Bestätigungsvermerk enthaltenen Prüfungsurteile mit dem zusätzlichen Bericht an den Prüfungsausschuss nach Artikel 11 EU-APrVO (Prüfungsbericht) in Einklang stehen.

Sonstiger Sachverhalt - Verwendung des Bestätigungsvermerks

Unser Bestätigungsvermerk ist stets im Zusammenhang mit dem geprüften Konzernabschluss und dem geprüften Konzernlagebericht sowie den geprüften ESEF-Unterlagen zu lesen. Der in das ESEF-Format überführte Konzernabschluss und Konzernlagebericht - auch die im Bundesanzeiger bekanntzumachenden Fassungen - sind lediglich elektronische Wiedergaben des geprüften Konzernabschlusses und des geprüften Konzernlageberichts und treten nicht an deren Stelle. Insbesondere ist der ESEF-Vermerk und unser darin enthaltenes Prüfungsurteil nur in Verbindung mit den in elektronischer Form bereitgestellten geprüften ESEF-Unterlagen verwendbar.

Verantwortlicher Wirtschaftsprüfer

Der für die Prüfung verantwortliche Wirtschaftsprüfer ist Marc Jeschonneck."

Anlage zum Bestätigungsvermerk: Nicht in die inhaltliche Prüfung einbezogene Bestandteile des Konzernlageberichts

Folgende Bestandteile des Konzernlageberichts, die zu den „Sonstigen Informationen“ zählen, haben wir nicht in die inhaltliche Prüfung einbezogen:

- Nichtfinanzielle Erklärung
- Erklärung zur Unternehmensführung

Darüber hinaus haben wir die nachfolgend aufgeführten lageberichts-fremden Angaben nicht inhaltlich geprüft. Lageberichts-fremde Angaben im Konzernlagebericht sind Angaben, die nicht nach §§ 315, 315a HGB bzw. nach §§ 315b bis 315d HGB vorgeschrieben sind:

- Grafiksonderseite „Stärkung unserer Marken durch Purpose“ des Kapitels „Geschäft und Strategie“
- Abschnitte „Produkt-Highlights“; „F&E Nachhaltigkeitsversprechen“; „tesa - Produkt- und Technologie-Entwicklung“ des Kapitels „Forschung und Entwicklung“
- Kapitel „Menschen bei Beiersdorf“
- Kapitel „Nachhaltigkeit“. Kapitel „Nachhaltigkeit“.

Hamburg, 18. Februar 2022

Ernst & Young GmbH

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Jeschonneck

Wirtschaftsprüfer

Siemer

Wirtschaftsprüferin

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit

An die Beiersdorf AG, Hamburg

Wir haben die nichtfinanzielle Erklärung der Beiersdorf AG, Hamburg (im Folgenden die „Gesellschaft“), die mit der nichtfinanziellen Erklärung des Konzerns zusammengefasst ist, bestehend aus dem Abschnitt „Nichtfinanzielle Erklärung 2021“ sowie den durch das Symbol  gekennzeichneten Angaben in den Abschnitten „Geschäft und Strategie“ und „Menschen bei Beiersdorf“ des zusammengefasster Lageberichts, für den Zeitraum vom 1. Januar 2021 bis 31. Dezember 2021 (im Folgenden die „nichtfinanzielle Erklärung“) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Sonstige Verweise auf Angaben außerhalb der nichtfinanziellen Erklärung sowie Angaben für Vorjahre waren nicht Gegenstand unserer Prüfung.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung der nichtfinanziellen Erklärung in Übereinstimmung mit den §§ 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB und Artikel 8 der Verordnung (EU) 2020/852 des europäischen Parlaments und des Rates vom 18. Juni 2020 über die Einrichtung eines Rahmens zur Erleichterung nachhaltiger Investitionen und zur Änderung der Verordnung (EU) 2019/2088 (im Folgenden die „EU-Taxonomieverordnung“) und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten sowie mit deren eigenen in Abschnitt „Berichterstattung zur EU-Taxonomie“ der nichtfinanziellen Erklärung dargestellten Auslegung der in der EU-Taxonomieverordnung und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten enthaltenen Formulierungen und Begriffe.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur nichtfinanziellen Berichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen nichtfinanziellen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung einer nichtfinanziellen Erklärung zu ermöglichen, die frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (Manipulation der nichtfinanziellen Erklärung) oder Irrtümern ist.

Die EU-Taxonomieverordnung und die hierzu erlassenen delegierten Rechtsakte enthalten Formulierungen und Begriffe, die noch erheblichen Auslegungsunsicherheiten unterliegen und für die noch nicht in jedem Fall Klarstellungen veröffentlicht wurden. Daher haben die gesetzlichen Vertreter ihre Auslegung der EU-Taxonomieverordnung und der hierzu erlassenen

delegierten Rechtsakte im Abschnitt „Berichterstattung zur EU-Taxonomie“ der nichtfinanziellen Erklärung niedergelegt. Sie sind verantwortlich für die Vertretbarkeit dieser Auslegung. Aufgrund des immanenten Risikos, dass unbestimmte Rechtsbegriffe unterschiedlich ausgelegt werden können, ist die Rechtskonformität der Auslegung mit Unsicherheiten behaftet.

Unabhängigkeit und Qualitätssicherung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen - insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie des vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1) an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die nichtfinanzielle Erklärung abzugeben.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit begrenzter Sicherheit beurteilen können, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die nichtfinanzielle Erklärung der Gesellschaft in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB und der EU-Taxonomieverordnung und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten sowie der in Abschnitt „Berichterstattung zur EU-Taxonomie“ der nichtfinanziellen Erklärung dargestellten Auslegung durch die gesetzlichen Vertreter aufgestellt worden ist. Nicht Gegenstand unserer Prüfung waren sonstige Verweise auf Angaben außerhalb der nichtfinanziellen Erklärung und Angaben für Vorjahre.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir u.a. folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Befragung von Mitarbeitern und Einsichtnahme in Dokumente hinsichtlich der Auswahl der Themen für die nichtfinanzielle Erklärung, der Risikoeinschätzung und der Konzepte des Mutterunternehmens und des Konzerns für die als wesentlich identifizierten Themen,
- Befragung von Mitarbeitern auf der Konzernebene, die mit der Datenerfassung und -konsolidierung sowie der Erstellung der nichtfinanzielle Erklärung beauftragt sind, zur Beurteilung des Berichterstattungssystems, der Methoden der Datengewinnung und -aufbereitung sowie der internen Kontrollen, soweit sie für die Prüfung der Angaben der nichtfinanziellen Erklärung relevant sind,
- Identifikation wahrscheinlicher Risiken wesentlicher falscher Angaben in der nichtfinanziellen Erklärung,
- Einsichtnahme in die relevante Dokumentation der Systeme und Prozesse zur Erhebung, Aggregation und Validierung relevanter Daten im Berichtszeitraum sowie deren stichprobenartige Überprüfung,
- Analytische Handlungen auf Ebene des Konzerns sowie der Geschäftsbereiche Consumer und tesa hinsichtlich der Qualität der berichteten Daten,
- Befragungen und Dokumenteneinsicht in Stichproben hinsichtlich der Erhebung und Berichterstattung von ausgewählten Daten,
- Beurteilung des Prozesses zur Identifikation der taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten und der entsprechenden Angaben in der nichtfinanziellen Erklärung,
- Beurteilung der Darstellung der nichtfinanziellen Erklärung.

Die gesetzlichen Vertreter haben bei der Ermittlung der Angaben gemäß Artikel 8 der EU-Taxonomieverordnung unbestimmte Rechtsbegriffe auszulegen. Aufgrund des immanenten Risikos, dass unbestimmte Rechtsbegriffe unterschiedlich ausgelegt werden können, sind die Rechtskonformität der Auslegung und dementsprechend unsere diesbezügliche Prüfung mit Unsicherheiten behaftet.

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die nichtfinanzielle Erklärung der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar 2021 bis 31. Dezember 2021 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB und der EU-Taxonomieverordnung und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten sowie der in Abschnitt „Berichterstattung zur EU-Taxonomie“ der nichtfinanziellen Erklärung dargestellten Auslegung durch die gesetzlichen Vertreter aufgestellt worden ist.

Wir geben kein Prüfungsurteil zu den sonstigen Verweisen auf Angaben außerhalb der nichtfinanziellen Erklärung sowie zu Angaben für Vorjahre ab.

Verwendungsbeschränkung für den Vermerk

Wir weisen darauf hin, dass die Prüfung für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt ist. Folglich ist er möglicherweise für einen anderen als den vorgenannten Zweck nicht geeignet. Somit ist der Vermerk nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-) Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Gesellschaft gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung. Unser Prüfungsurteil ist in dieser Hinsicht nicht modifiziert.

Auftragsbedingungen und Haftung

Für diesen Auftrag gelten, auch im Verhältnis zu Dritten, unsere Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften vom 1. Januar 2017 (www.de.ey.com/IDW-Auftragsbedingungen). Wir verweisen ergänzend auf die dort in Ziffer 9 enthaltenen Haftungsregelungen und auf den Haftungsausschluss gegenüber Dritten. Dritten gegenüber übernehmen wir keine Verantwortung, Haftung oder anderweitige Pflichten, es sei denn, dass wir mit dem Dritten eine anders lautende schriftliche Vereinbarung geschlossen hätten oder ein solcher Haftungsausschluss unwirksam wäre.

Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass wir keine Aktualisierung des Vermerks hinsichtlich nach seiner Erteilung eintretender Ereignisse oder Umstände vornehmen, sofern hierzu keine rechtliche Verpflichtung besteht. Wer auch immer das in vorstehendem Vermerk zusammengefasste Ergebnis unserer Tätigkeit zur Kenntnis nimmt, hat eigenverantwortlich zu entscheiden, ob und in welcher Form er dieses Ergebnis für seine Zwecke nützlich und tauglich erachtet und durch eigene Untersuchungshandlungen erweitert, verifiziert oder aktualisiert.

München, 18. Februar 2022

Ernst & Young GmbH

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Richter

Wirtschaftsprüferin

Johne

Wirtschaftsprüferin

Versicherung des Vorstands

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht, der mit dem Lagebericht der Beiersdorf Aktiengesellschaft zusammengefasst ist, 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 beschrieben sind.

Hamburg, 7. Februar 2022
Der Vorstand



Vincent Warnery
Vorsitzender des Vorstands



Oswald Barckhahn
Mitglied des Vorstands



Astrid Hermann
Mitglied des Vorstands



Thomas Ingelfinger
Mitglied des Vorstands



Zhengrong Liu
Mitglied des Vorstands



Grita Loeb sack
Mitglied des Vorstands



Ramon A. Mirt
Mitglied des Vorstands



Patrick Rasquinet
Mitglied des Vorstands

Weitere Informationen

Seite 167 - 192

- S. 168 Vergütungsbericht**
- S. 188 Zehnjahresübersicht**
- S. 189 Anteilsbesitzliste**
- S. 192 Impressum**
Finanzkalender (Umschlag)

Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht erläutert Struktur und Höhe der Vergütung der gegenwärtigen und früheren Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der Beiersdorf AG im Geschäftsjahr 2021. Er wurde im Einklang mit den gesetzlichen Vorgaben des § 162 Aktiengesetz (AktG) in der Fassung des Gesetzes zur Umsetzung der zweiten Aktionärsrechterichtlinie (ARUG II)

erstellt und enthält darüber hinaus weitergehende Angaben zur Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats. Der Abschlussprüfer hat den Vergütungsbericht dahingehend geprüft, ob die Angaben nach § 162 Abs. 1 und Abs. 2 AktG gemacht wurden. Der Vermerk über diese Prüfung ist diesem Vergütungsbericht beigelegt.

1. Vergütung des Vorstands

Der Aufsichtsrat ist für die Festlegung der Vergütung der Mitglieder des Vorstands zuständig. Er befasste sich in seinen Sitzungen am 29. Januar 2021, 12. Februar 2021, 16. Februar 2021, 1. April 2021, 27. April 2021, 28. Juni 2021, 31. August 2021, 25. Oktober 2021 und 30. November 2021 mit der Struktur und Angemessenheit der Vorstandsvergütung oder mit individuellen Vergütungsfragen. Am 4. Februar 2022 stellte der Aufsichtsrat die Vergütung des Vorstands für das Geschäftsjahr fest. Sämtliche Entscheidungen des Aufsichtsrats im Zusammenhang mit der Vergütung des Vorstands wurden durch den Präsidialausschuss des Aufsichtsrats vorbereitet.

Vergütungssystem und -verfahren

Das Vergütungssystem für den Vorstand ist mit Wirkung zum 1. Januar 2021 im Einklang mit dem Aktiengesetz in der Fassung des ARUG II geändert und von der Hauptversammlung am 1. April 2021 mit einer Mehrheit von 87 % der abgegebenen Stimmen gebilligt worden. Das Vergütungssystem ist auf der der Beiersdorf AG unter www.beiersdorf.de/investoren/corporate-governance/fuehrungsstruktur veröffentlicht. Die wesentlichen Elemente des Vergütungssystems werden in diesem Vergütungsbericht zusammengefasst.

Das Vergütungssystem gilt für alle ab 2021 neu bestellten Vorstandsmitglieder. Die laufenden Dienstverträge der vor 2021 bestellten Vorstandsmitglieder, insbesondere die langfristigen variablen Vergütungsbestandteile, bleiben entsprechend der gesetzlichen Konzeption grundsätzlich unberührt. Der Aufsichtsrat hat mit amtierenden Vorstandsmitgliedern gleichwohl die Geltung des neuen Vergütungssystems mit Wirkung zum 1. Januar 2021 grundsätzlich vereinbart. Für die 2021 ausgeschiedenen Mitglieder des Vorstands galt ausschließlich das frühere Vergütungssystem, das zuletzt von der Hauptversammlung am 20. April 2017 mit einer Mehrheit von 77,3% der abgegebenen Stimmen gebilligt worden war.

Strategiebezug und Leitlinien des Vergütungssystems

Das Vergütungssystem für den Vorstand leistet in seiner Gesamtheit sowie mit seinen einzelnen Elementen einen wesentlichen Beitrag zur Förderung und Umsetzung der Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ , indem es Anreize für eine nachhaltige und wertorientierte Unternehmensentwicklung setzt und die Belange der Aktionär*innen, Kund*innen, Mitarbeitenden, Geschäftspartner*innen, Umwelt sowie Gesellschaft (Stakeholder) berücksichtigt.

Die Unternehmensstrategie basiert auf dem klaren Anspruch - durch strategische Prioritäten und den Willen, langfristig mehr Werte für die Menschen und die Gesellschaft zu schaffen - wettbewerbsfähig und nachhaltig zu wachsen. Dadurch will Beiersdorf seine Stellung im Hauptplegemarkt ausbauen und nachhaltige Profitabilität sicherstellen.

Die Strategie C.A.R.E.+ umfasst folgende fünf strategische Prioritäten:

- Digitale Transformation: Die Nähe zu Konsument*innen mittels neuer digitaler Kanäle und Technologien stärken;
- Skin Care: Mit überragenden Hautpflegeinnovationen und einem starken Portfolio globaler Marken die Gunst der Verbraucher*innen gewinnen;
- Wachstumspotenziale: Neue Wachstumsmärkte und Geschäftsfelder erschließen und globale Wachstumspotenziale nutzen;
- Produktivitätssteigerung: Wachstum durch Produktivitätssteigerung beschleunigen;
- Sustainability und Core Values: Mit den vier Core Value-Attributen („Care“, „Simplicity“, „Courage“ und „Trust“), Kultur, Nachhaltigkeit, Compliance sowie den Fähigkeiten und dem Know-how unserer Mitarbeitenden auf starkem Fundament bauen.

Die Ausgestaltung des Vergütungssystems sowie die konkrete, im Einklang mit dem Vergütungssystem festgesetzte Vergütung incentiviert die Vorstandsmitglieder, die in der Strategie festgelegten Ziele zu verfolgen und zu erreichen und damit eine nachhaltige und langfristige Steigerung des Unternehmenswerts sicherzustellen.

Über diesen Strategiebezug hinaus orientiert sich der Aufsichtsrat bei der Festlegung des Vergütungssystems und der Vergütungshöhe an den folgenden weiteren Leitlinien:

Lage der Gesellschaft	Das Vergütungssystem orientiert sich an der operativen, finanziellen und wirtschaftlichen Lage sowie an den Erfolgen und Zukunftsaussichten des Unternehmens.
Aufgaben und Leistung des Vorstands	Das Vergütungssystem berücksichtigt die Aufgaben und Leistung des Vorstands insgesamt und der einzelnen Vorstandsmitglieder.
Pay for Performance	Das Vergütungssystem stellt durch adäquate Leistungskriterien im Rahmen der erfolgsbezogenen variablen Vergütung, die den überwiegenden Teil der Gesamtvergütung ausmacht, sicher, dass die Leistung des Vorstands angemessen honoriert und Zielverfehlungen gleichermaßen berücksichtigt werden (Pay for Performance).
Angemessenheit	Die Struktur und Höhe der Vorstandsvergütung ist marktüblich und wettbewerbsfähig. Dies wird durch regelmäßige Vergleiche der Vorstandsvergütung mit relevanten Vergleichsgruppen sichergestellt. Zudem steht die Vergütung der Vorstandsmitglieder in einem angemessenen Verhältnis zur Vergütung der Führungskräfte und Mitarbeitenden.
Durchgängigkeit	Das Vergütungssystem des Vorstands und das der oberen Führungskräfte setzen vergleichbare Anreize und haben überwiegend einheitliche Ziele (Durchgängigkeit des Vergütungssystems). Darüber hinaus werden die unternehmensbezogenen Ziele für die variable Vergütung der Mitarbeitenden auf Basis der unternehmensbezogenen Ziele im Rahmen der Vorstandsvergütung festgesetzt. Dies gewährleistet eine gleichgerichtete Anreizwirkung und somit eine einheitliche Steuerungswirkung.
Regulatorische Konformität	Das neue Vergütungssystem für den Vorstand steht im Einklang mit dem deutschen Aktiengesetz und berücksichtigt die Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex.

Verfahren zur Fest- und Umsetzung und Überprüfung des Vergütungssystems

Der Aufsichtsrat hat das Vergütungssystem im Einklang mit den gesetzlichen Vorschriften sowie unter Berücksichtigung der Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) (soweit die Gesellschaft hiervon keine Abweichung erklärt) erarbeitet und beschlossen. Der Aufsichtsrat wurde dabei durch eine externe Vergütungsberatung sowie von seinem Präsidialausschuss, insbesondere zu Fragen der Angemessenheit und Üblichkeit der Vergütungshöhe, und vom Personalausschuss, insbesondere zu Fragen der Vergütungsstruktur, beraten und unterstützt.

Der Aufsichtsrat überprüft das Vergütungssystem regelmäßig, insbesondere mit Blick auf dessen Angemessenheit, auch im Verhältnis mit vergleichbaren Unternehmen (horizontaler Vergleich) und innerhalb der Gesellschaft mit dem oberen Führungskreis und der Belegschaft insgesamt (vertikaler Vergleich). Die Überprüfung des Vergütungssystems wird vom Präsidialausschuss vorbereitet, der dem Aufsichtsrat erforderlichenfalls Anpassungen des Vergütungssystems empfiehlt. Im Fall einer wesentlichen Änderung des Vergütungssystems, spätestens jedoch alle vier Jahre, legt der Aufsichtsrat das Vergütungssystem gemäß § 120a AktG der Hauptversammlung zur Billigung vor.

Festlegung der konkreten Ziel-Gesamtvergütung und Festsetzung der Vergütungshöhe

Auf Basis des Vergütungssystems legt der Aufsichtsrat die konkrete Ziel-Gesamtvergütung für die einzelnen Vorstandsmitglieder fest, die sich aus sämtlichen fixen und variablen Vergütungsbestandteilen des Jahres einschließlich Nebenleistungen zusammensetzt.

Die Leistungskriterien für alle variablen Vergütungsbestandteile setzt der Aufsichtsrat auf Empfehlung seines Präsidialausschusses für das bevorstehende Geschäftsjahr im Rahmen des Vergütungssystems fest. Im Zuge der Festlegung der Leistungskriterien legt der Aufsichtsrat auch fest, welche Gewichtung die einzelnen Leistungskriterien im Rahmen des jeweiligen Vergütungsbestandteils haben. Zudem achtet der Aufsichtsrat darauf, dass die

Zielvergütung aus den variablen Vergütungsbestandteilen insgesamt stärker von strategischen als von operativen Zielen beeinflusst wird und dass die Zielvergütung aus den langfristigen Vergütungskomponenten betragsmäßig höher als die Zielvergütung aus der kurzfristigen Vergütungskomponente ist. Für die 2021 geltende variable Vergütung hat der Aufsichtsrat die Leistungskriterien nach Vorlage der vom Vorstand erstellten Mehrjahresplanung festgelegt.

Nach Ablauf des Geschäftsjahres (bzw. im Fall der langfristigen variablen Vergütung nach Ablauf des letzten Geschäftsjahres des Bemessungszeitraums) legt der Aufsichtsrat auf Vorschlag seines Präsidialausschusses die konkrete Zielerreichung fest. Die Zielerreichung der finanziellen Ziele wird dabei im Zusammenhang mit der Aufstellung und Billigung des Jahres- bzw. Konzernabschlusses bestimmt. Die Zielerreichung der nichtfinanziellen Ziele wird nach eingehender Beratung aus einem Soll-Ist-Vergleich einzelner Leistungskriterien festgelegt. Auf Basis der Zielerreichung setzt der Aufsichtsrat die variable Vergütung und die Gesamtvergütung für das abgelaufene Geschäftsjahr fest.

Angemessenheit und Üblichkeit der Vergütung/Vergleich zum Marktumfeld und zur Mitarbeitendenvergütung

Im Rahmen der Festlegung der Vergütung achtet der Aufsichtsrat insbesondere darauf, dass die Zielvergütung in einem angemessenen Verhältnis zu den Aufgaben (einschließlich Ressortverantwortlichkeiten) und Leistungen des Vorstandsmitglieds steht. Neben funktionspezifischen Differenzierungen, wie etwa für den Vorstandsvorsitz und regionale Verantwortlichkeiten, kann der Aufsichtsrat nach pflichtgemäßem Ermessen auch weitere Kriterien wie Dienstsitz, Erfahrungen sowie Amtsdauer heranziehen. Zudem sorgt der Aufsichtsrat dafür, dass die Vergütung des Vorstands zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens und dessen Zukunftsaussichten in einem angemessenen Verhältnis steht und die übliche Vergütung nicht ohne besondere Gründe übersteigt.

Bei der Beurteilung der Angemessenheit und Marktüblichkeit beachtet der Aufsichtsrat insbesondere die konkrete Wettbewerbssituation (Horizontalvergleich). Dafür zieht der Aufsichtsrat relevante Vergleichsgruppen heran, für deren Auswahl die Marktstellung von Beiersdorf (insbesondere Land, Branche und Größe) entscheidend ist. Bei den Vergleichsgruppen handelt es sich einerseits um die Unternehmen der deutschen Aktienindizes DAX und MDAX sowie andererseits um eine internationale Branchen-Peergroup. Beim Branchenvergleich werden in der Regel die folgenden zwölf internationalen Wettbewerber berücksichtigt: Avon Products, Colgate-Palmolive, Edgewell Personal Care, Estée Lauder, Henkel, Johnson & Johnson, L'Oréal, Procter & Gamble, Reckitt, Shiseido, Unilever und Marico. Der Aufsichtsrat kann nach pflichtgemäßem Ermessen Veränderungen in der Vergleichsgruppe vornehmen, falls sich die Vergleichbarkeit einzelner Unternehmen - aus welchen Gründen auch immer - wesentlich ändert. Der Horizontalvergleich soll sicherstellen, dass der Vorstand eine marktübliche und wettbewerbsfähige Vergütung erhält.

Um die Üblichkeit und Verhältnismäßigkeit der Vorstandsvergütung sicherzustellen, berücksichtigt der Aufsichtsrat zudem deren Verhältnis zur unternehmensinternen Vergütungsstruktur (Vertikalvergleich). Dazu wird einerseits die Höhe der durchschnittlichen jährlichen Zielvergütung des oberen Führungskreises, der sich aus der ersten und zweiten Managementgruppe des Unternehmensbereichs Consumer in Deutschland unterhalb des Vorstands zusammensetzt, mit der Vorstandsvergütung verglichen. Andererseits wird die Vorstandsvergütung ins Verhältnis zur Höhe der durchschnittlichen jährlichen Vergütung aller Mitarbeitenden im Unternehmensbereich Consumer in Deutschland (einschließlich des oberen Führungskreises) gesetzt. Das so ermittelte Verhältnis wird dabei auch in seiner zeitlichen Entwicklung berücksichtigt.

Vergütungsstruktur und Vergütungselemente

a) Überblick

Die Gesamtvergütung der Vorstandsmitglieder setzt sich aus fixen und variablen Bestandteilen zusammen. Die fixe, erfolgsunabhängige Vergütung umfasst dabei die Grundvergütung und Nebenleistungen. Die variable Vergütung setzt sich grundsätzlich aus einem kurzfristigen variablen Bonus mit Jahreszielen („Variabler Bonus“) sowie einem langfristigen variablen Bonus mit überwiegend strategischen Zielen („LTP“) zusammen. Diese kann zudem einen mehrjährigen Bonus enthalten, der vor allem an Ziele des Verantwortungsbereichs des jeweiligen Vorstandsmitglieds anknüpft („Multi-Annual Bonus“ bzw. „MAB“). Zudem kann den Vorstandsmitgliedern ein Wiederbestellungsbonus zugesagt werden (auch erfolgsabhängig).

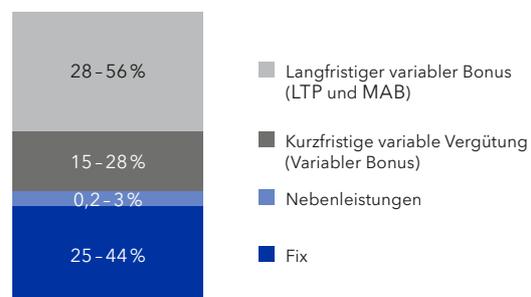
Der LTP kann in eine Pensionszusage in Form einer beitragsorientierten Leistungszusage überführt werden (siehe nachstehend lit. g)). Sonst bestehen für die amtierenden Mitglieder des Vorstands keine Pensionszusagen.

VERGÜTUNGSBESTANDTEILE

Erfolgsunabhängige Vergütung	Grundvergütung	Fixe jährliche Vergütung, die in zwölf gleichen Teilen zum Ende eines Kalendermonats ausbezahlt wird.	
	Nebenleistungen	Übliche Nebenleistungen, wie Dienstwagen, Versicherung, Erstattung beruflich veranlasster Umzugskosten. Darüber hinaus können entsendungsbedingte Nebenleistungen gewährt werden.	
Erfolgsabhängige Vergütung	Einbehalt & Clawback	Variabler Bonus	<ul style="list-style-type: none"> - Laufzeit: ein Jahr - Leistungskriterien: Erfolg des Unternehmensbereichs „Consumer“; gemeinschaftliche (finanziell/nicht-finanziell) und individuelle Ziele - Cap: 200 %
		LTP	<ul style="list-style-type: none"> - Laufzeit: vier Jahre - Leistungskriterien: Strategiebezogene und/oder nichtfinanzielle Ziele - Cap: 200 %
		Multi Annual Bonus (MAB)	<ul style="list-style-type: none"> - Laufzeit: Dauer der Bestellung oder mindestens drei Jahre - Leistungskriterien: jährliches Wachstum und Steigerung der Marktanteile oder andere KPI aus dem jeweiligen Vorstandsressort - Cap: 200 %
Maximalvergütung		Für den Vorstandsvorsitzenden bei 9 Mio. € pro Jahr und für jedes ordentliche Vorstandsmitglied bei 6 Mio. € pro Jahr.	

An der Ziel-Gesamtvergütung haben die Grundvergütung einerseits sowie die kurzfristigen und langfristigen variablen Vergütungsbestandteile andererseits in der Regel den folgenden relativen Anteil (einschließlich regulärer Nebenleistungen, jedoch ohne etwaige entsendungsbedingte Nebenleistungen und etwaige Wiederbestellungsboni):

RELATIVE ANTEILE DER VERGÜTUNGSBESTANDTEILE



Die Beträge aus der langfristigen variablen Vergütung (MAB und LTP) sind bei dieser Darstellung der relativen Anteile zeitanteilig mit einem jährlichen Zielwert berücksichtigt, unbeschadet der Tatsache, dass sie jeweils erst zum Ende der Laufzeit fällig werden. Sofern das Vorstandsmitglied einen Wiederbestellungsbonus erhält, orientiert sich dieser an der jährlichen Ziel-Gesamtvergütung zu Beginn der ersten Bestellungsperiode. Die entscheidungsbedingten Nebenleistungen können ortsabhängig bis zu 100 % der Grundvergütung ausmachen (siehe nachstehend lit. c) zur Differenzierung bei den Nebenleistungen). Die relativen Anteile der Vergütungskomponenten ändern sich in diesen Fällen entsprechend.

Die variable Vergütung hat überwiegend eine mehrjährige Bemessungsgrundlage. Zudem übersteigt der Anteil der variablen Vergütung aus langfristig orientierten Zielen den Anteil aus kurzfristig orientierten Zielen.

Die individuelle Vergütung der einzelnen Mitglieder des Vorstands in 2021, einschließlich der relativen Anteile der gewährten und geschuldeten Vergütungsbestandteile (im Sinne von § 162 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 AktG), wird im Abschnitt „Individuelle Vergütung des Vorstands 2021“ ausgewiesen.

b) Grundvergütung

Die Grundvergütung ist eine fixe jährliche Vergütung, die in zwölf gleichen Teilen zum Ende eines jeden Kalendermonats ausgezahlt wird. Beginnt oder endet der Dienstvertrag im Verlauf eines Geschäftsjahres, wird die Grundvergütung für dieses Geschäftsjahr zeitanteilig gezahlt.

Die Grundvergütung bildet zusammen mit den anderen Vergütungsbestandteilen die Basis dafür, dass die für die Entwicklung und Umsetzung der Unternehmensstrategie erforderlichen hochqualifizierten Mitglieder für den Vorstand gewonnen und gehalten werden können. Die Vergütung soll den Aufgaben und Leistungen und den Fähigkeiten und Erfahrungen der einzelnen Vorstandsmitglieder entsprechen.

c) Nebenleistungen

Jedes Vorstandsmitglied erhält übliche Sachbezüge und sonstige Nebenleistungen. Die regulären Nebenleistungen können umfassen:

- Bereitstellung eines Dienstwagens, der auch privat genutzt werden kann. Gemäß der „Green Car Policy“ des Konzerns darf dieser einen bestimmten CO₂-Grenzwert nicht überschreiten. Anstelle eines Dienstwagens kann ein monatlicher Zuschuss („cash for car“) gewährt werden;
- marktübliche Versicherungsleistungen, einschließlich Beiträgen zur Kranken- und Unfallversicherung, sowie zu einer etwaigen Invaliden- und Hinterbliebenenversorgung;
- Erstattung beruflich veranlasster Umzugskosten;
- Zulage für Schulkosten.

Soweit ein Vorstandsmitglied auf Wunsch der Gesellschaft seinen Dienst- oder Wohnsitz verlegt oder nicht am Geschäftssitz der Gesellschaft unterhält, können weitere Nebenleistungen gewährt werden. Solche entscheidungsbedingten Nebenleistungen können insbesondere umfassen:

- Auslandszuschuss, auch für die Kosten der Unterkunft am Wohnsitz;
- Kosten für Flüge für das Vorstandsmitglied und seine Familie zum und vom Wohnsitz;
- weitere Krankenversicherungskosten.

d) Wiederbestellung

Im Einzelfall kann der Aufsichtsrat bei Erstbestellung einen Bonus für den Fall einer Wiederbestellung vereinbaren, der mit Wirksamwerden der Wiederbestellung zur Zahlung fällig wird („Wiederbestellungsbonus“).

Der Aufsichtsrat kann die Gewährung des Wiederbestellungsbonus nach pflichtgemäßem Ermessen ausgestalten, insbesondere als erfolgsabhängigen Bonus, für den die Leistungskriterien des Variablen Bonus (siehe nachstehend unter lit. e)) oder des MAB (siehe unter lit. f)) entsprechend gelten.

Unbeschadet der (möglichen) Vereinbarung eines Wiederbestellungsbonus mit den einzelnen Mitgliedern des Vorstands wurde 2021 kein Wiederbestellungsbonus gewährt (i.S.d. § 162 AktG).

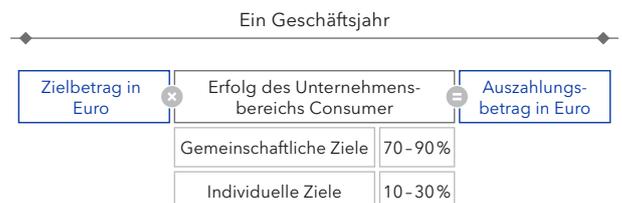
e) Variabler Bonus

Die Vorstandsmitglieder erhalten für jedes Geschäftsjahr einen vom Erfolg des Unternehmensbereichs Consumer abhängigen Variablen Bonus, der nach der ordentlichen Hauptversammlung des auf das jeweilige Geschäftsjahr folgenden Jahres ausgezahlt wird.

Der Variable Bonus setzt sich aus gemeinschaftlichen und individuellen Leistungskriterien zusammen, die sowohl an die finanzielle und nichtfinanzielle als auch an die strategische und operative Entwicklung des Unternehmens anknüpfen. Die gemeinschaftlichen Ziele werden dabei insgesamt mit 70 % - 90 % und die individuellen Ziele insgesamt mit 10 % - 30 % gewichtet.

Die Auswahl und Gewichtung der einzelnen Leistungskriterien legt der Aufsichtsrat auf Empfehlung des Präsidialausschusses für das jeweils bevorstehende Geschäftsjahr fest. In Bezug auf den gesamten Variablen Bonus haben die einzelnen Leistungskriterien der gemeinschaftlichen Ziele in der Regel eine Gewichtung von 10 % bis 40 % und die der individuellen Ziele eine Gewichtung von 5 % bis 20 %.

VARIABLER BONUS



Für den Variablen Bonus können nach Festsetzung des Aufsichtsrats folgende Leistungskriterien herangezogen werden:

GEMEINSCHAFTLICHE ZIELE

Finanzielle Ziele	Umsatz	Umsatzwachstum für den Unternehmensbereich Consumer, wobei Sondereinflüsse, etwa aus Währungseffekten und M&A, neutralisiert werden können.
	EBIT-Marge	Steigerung des Gewinns vor Zinsen und Steuern (Earnings before Interest and Tax) für den Unternehmensbereich Consumer, als Prozentsatz vom Umsatz, wobei Sondereinflüsse, etwa aus Währungseffekten und M&A, neutralisiert werden.
	Marktanteile und Marktposition	Steigerung der Marktanteile und der Marktposition in den relevanten Kategorien, insbesondere Hautpflege, auch in neuen Kanälen und Märkten.
Nichtfinanzielle Ziele	Innovationen	Strategische Initiativen und Innovationen für Hautpflege.
	Digitalisierung	Strategische Initiativen zur Digitalisierung, wie zum Beispiel Anteil der digitalen Medien, E-Commerce, Infrastruktur, Datenanalytik und Prozesse.
	Nachhaltigkeit	Umsetzung der Nachhaltigkeitsagenda, insbesondere mit Blick auf die sieben Fokusfelder, wie zum Beispiel: - Reduzierung von CO ₂ -Emissionen - Erhöhung des Anteils wiederverwertbarer Ressourcen und Verpackungen - Einsatz erneuerbarer Rohstoffe

INDIVIDUELLE ZIELE

Nichtfinanzielle Ziele	People	Maßnahmen im Rahmen der personalpolitischen Führung, wie zum Beispiel: - Nachfolgeplanung, einschließlich Identifizierung und Förderung geeigneter Vorstandskandidaten und Führungskräfte - Stärkung und Weiterentwicklung der Fähigkeiten und des Know-how der Mitarbeitenden
	Diversität	Maßnahmen zur Steigerung der Diversität, wie zum Beispiel: - Erhöhung des Anteils international tätiger Mitarbeitenden - Förderung der Geschlechtervielfalt
Sonstige persönliche Ziele		Beitrag aus funktionalem oder regionalem Vorstandsressort zu gemeinschaftlichen Zielen oder sonstige persönliche Ziele.

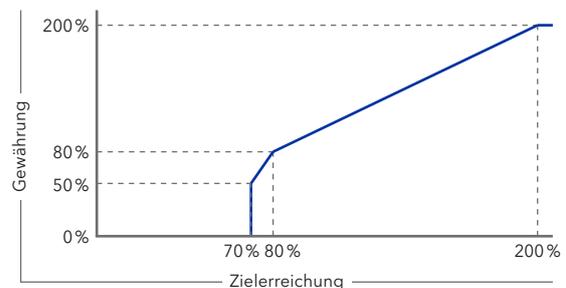
Durch die Leistungskriterien des Variablen Bonus wird der Vorstand im Einklang mit der Strategie C.A.R.E.+ incentiviert, den Unternehmenswert nachhaltig und langfristig zu steigern. Insbesondere sollen der Umsatz durch die Erschließung neuer Wachstumsmärkte und Geschäftsfelder und die Profitabilität bei gleichzeitiger Investition in Innovationen gesteigert werden. Die Marktanteile und -positionen sollen durch Stärkung der globalen Marken und der Nähe zu den Konsument*innen, auch durch neue digitale Kanäle und Technologien, ausgebaut werden. Die Leistungskriterien aus der Nachhaltigkeitsagenda und zu Diversität bekräftigen zudem - übereinstimmend mit den der Strategie zu Grunde liegenden Core Values - die Verantwortung, langfristig einen Mehrwert für Menschen, Umwelt und Gesellschaft zu schaffen.

Die Zielwerte für die Leistungskriterien orientieren sich grundsätzlich an der jeweiligen Jahresplanung. Für die nichtfinanziellen Ziele sind möglichst ebenfalls messbare Kriterien festgelegt, die sich je nach Einzelfall aus der Jahresplanung, aus strategischen Projekten oder aus sonstigen Vorhaben ergeben. Für die nichtfinanziellen Ziele lässt sich durch einen Soll-ist-Vergleich eine Zielerreichung ermitteln.

Nach dieser Maßgabe legt der Aufsichtsrat nach Ablauf des Geschäftsjahres für die Komponenten des Variablen Bonus jeweils prozentuale Zielerreichungsgrade fest. Für die Zielerreichungsgrade gelten folgende Regelungen:

- Bei Unterschreiten einer Zielerreichung von 70% entfallen die jeweiligen Komponenten.
- Bei einer Zielerreichung von 70% werden 50% des auf die jeweilige Komponente entfallenden Zielbetrags gewährt.
- Bei einer Zielerreichung von 80% werden 80% des auf die jeweilige Komponente entfallenden Zielbetrags gewährt.
- Bei einer Zielerreichung von 200% werden 200% des auf die jeweilige Komponente entfallenden Zielbetrags gewährt. Oberhalb einer Zielerreichung von 200% erfolgt jeweils keine weitere Steigerung (Cap).
- Die Zwischenwerte werden linear interpoliert.

ZIELERREICHUNGSGRADE VARIABLER BONUS



Aus der Zielerreichung der einzelnen Komponenten wird anschließend die Gesamt-Zielerreichung für den Variablen Bonus und dessen Höhe ermittelt.

Zur Berücksichtigung außergewöhnlicher Entwicklungen kann der Aufsichtsrat den Variablen Bonus nach pflichtgemäßem Ermessen um bis zu 20% he-
rauf- oder herabsetzen. Zudem haben Vorstandsmitglieder die Möglichkeit,
Bonusansprüche in die langfristige variable Vergütung LTP überzuleiten; hier-
von wurde 2021 kein Gebrauch gemacht.

Für den Variablen Bonus des Geschäftsjahres 2020, der nach der Haupt-
versammlung 2021 ausgezahlt wurde und daher gemäß § 162 Abs. 1 Satz
1 AktG als in 2021 „gewährte und geschuldete Vergütung“ auszuweisen ist,
hat der Aufsichtsrat im April 2020 die gemeinschaftlichen Erfolgsziele beste-

hend aus Umsatzwachstum, Marktanteilsentwicklung und Initiativen der Stra-
tegie C.A.R.E.+, die insgesamt 80% des variablen Bonus 2020 ausmachten,
auf Basis einer unterstellten Zielerreichung von 100% festgesetzt, um den
Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und einer angemessenen Incentivie-
rung des Vorstands hinreichend Rechnung zu tragen (siehe hierzu auch die
Entsprechenserklärung für 2020). Hiervon unberührt blieben die persön-
lichen Ziele der Vorstandsmitglieder, die 20% des Bonus ausmachten. Die
nachfolgende Tabelle zeigt die Zielerreichung aus den jeweiligen Leistungs-
kriterien sowie die Zielerreichung des variablen Bonus 2020 insgesamt.
Die auf dieser Grundlage festgesetzte und nach der Hauptversammlung
2021 ausgezahlte Vergütung ist in der Tabelle „Gewährte und geschuldete
Vergütung des Vorstands gemäß § 162 Abs. 1 AktG“ in der Spalte „Variabler
Bonus 2021“ ausgewiesen.

VARIABLER BONUS 2020 (AUSZAHLUNG IN 2021): LEISTUNGSKRITERIEN UND ZIELERREICHUNG

	Leistungskriterien	Gewichtung	Zielerreichung
Gemeinschaftliche Ziele	Umsatzwachstum	20%	100%
	Marktanteilsentwicklung	30%	100%
	Initiativen der Strategie C.A.R.E.+, inkl. Diversität, Digitalisierung und Nachhaltigkeit	30%	100%
	Zielerreichung Gemeinschaftliche Ziele	80%	100%
Individuelle Ziele	Beitrag aus funktionalem oder regionalem Vorstandsressort zu gemeinschaftlichen Zielen oder sonstige persönliche Ziele	20%	
Gesamt-Zielerreichung	Vincent Warnery	100%	132%
	Thomas Ingelfinger	100%	110%
	Zhengrong Liu	100%	113,3%
	Stefan De Loecker	100%	126,5%
	Ramon A. Mirt	100%	116,6%
	Asim Naseer	100%	107,8%
	Dessi Temperley	100%	110%

Darüber hinaus zeigt die nachfolgende Tabelle die Zielerreichung aus den gemeinschaftlichen und den individuellen Leistungskriterien sowie die Zielerreichung des Variablen Bonus 2021, der erst nach der Hauptversammlung 2022 zur Zahlung fällig wird. Der auf dieser Grundlage festgesetzte Aus-

zahlungsbetrag ergibt sich aus der Tabelle „Gesamtvergütung nach HGB“ in der Spalte „Variabler Bonus 2021“ sowie aus der Spalte „Zufluss 2021“ in den Vergütungstabellen gemäß DCGK a. F.

VARIABLER BONUS 2021 (AUSZAHLUNG IN 2022): LEISTUNGSKRITERIEN UND ZIELERREICHUNG¹

	Leistungskriterien	Gewichtung	Zielerreichung
Gemeinschaftliche Ziele	Steigerung der Marktanteile im Skin Care-Markt	30 %	100%
	Digitale Transformation, insbesondere Umsatzsteigerung E-Commerce und Anteil digitaler Medien	20 %	125%
	Nachhaltigkeit, insbesondere 100 % Mikroplastikfreiheit NIVEA (gemäß UNEP-Definition) und CO ₂ Reduktion um 12 % (gegenüber 2018)	20 %	113%
	Personalentwicklung, insbesondere Nachfolge- und Entwicklungsplan	10 %	125%
	Zielerreichung gemeinschaftliche Ziele	80 %	120% ²
Individuelle Ziele	Beitrag aus funktionalem oder regionalem Vorstandsressort zu gemeinschaftlichen Zielen oder sonstige persönliche Ziele	20 %	
Gesamt-Zielerreichung	Vincent Warnery	100 %	129,3 %
	Oswald Barckhahn	100 %	116 %
	Astrid Hermann	100 %	116 %
	Thomas Ingelfinger	100 %	119,1 %
	Zhengrong Liu	100 %	118 %
	Ramon A. Mirt	100 %	134,3 %
	Patrick Rasquinet	100 %	117,5 %

¹ Für die 2021 ausgeschiedenen Vorstandsmitglieder Stefan De Loecker, Dessi Temperley und Asim Naseer wurde der Variable Bonus pauschaliert; siehe zu den Regelungen der 2021 ausgeschiedenen Vorstandsmitglieder die Erläuterungen im Abschnitt „Individuelle Vergütung des Vorstands 2021“.

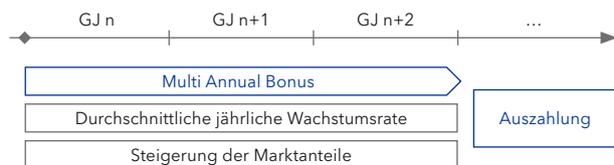
² Die Zielerreichung enthält eine leichte Erhöhung, die der Aufsichtsrat nach pflichtgemäßem Ermessen festgelegt hat.

f) Multi Annual Bonus („MAB“)

Die langfristige variable Vergütung für Vorstandsmitglieder kann zusätzlich einen mehrjährigen Bonus vorsehen. Der MAB verfolgt insbesondere das strategische Ziel, Beiersdorf in den regionalen Wachstumsmärkten oder in dem jeweiligen Bereich zu stärken.

Die Leistungskriterien des MAB leiten sich aus den Zielen der einzelnen Verantwortungsbereiche der Vorstandsmitglieder ab. Insbesondere kann sich die Zielerreichung anhand des Wachstums gemäß jährlicher oder mehrjähriger Unternehmensplanung sowie anhand der Steigerung der Marktanteile in der jeweiligen Region bzw. dem jeweiligen Bereich während der jeweiligen Bestellung als Vorstandsmitglied oder über einen Zeitraum von mindestens drei Jahren bemessen.

MULTI ANNUAL BONUS



Für die prozentuale Zielerreichung gelten die Regelungen zum Variablen Bonus entsprechend (siehe die Darstellung „Zielerreichungsgrade Variabler Bonus“ zuvor unter lit. e)). Zur Berücksichtigung außergewöhnlicher Entwicklungen kann der Aufsichtsrat den MAB nach pflichtgemäßem Ermessen um bis zu 20 % herauf- oder herabsetzen.

Für 2021 wurde Vincent Warnery und Ramon A. Mirt ein MAB zugesagt. Der MAB von Vincent Warnery bemisst sich über eine Periode seit 2020 unter anderem anhand der durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate gemäß Unternehmensplanung sowie anhand der Steigerung der Marktanteile in den Regionen, die er bis zum 30. April 2021 verantwortet hat. Der MAB von Ramon A. Mirt bemisst sich über die Periode von 2019 bis 2024 anhand der durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate gemäß Unternehmensplanung in den von ihm verantworteten Regionen sowie anhand der Steigerung der Marktanteile während der gesamten Dauer seiner Bestellung als Mitglied des Vorstands. Der MAB wird erst nach Ablauf der Bonusperiode zur Zahlung fällig. Im Jahr 2021 wurde dementsprechend kein MAB „gewährt und geschuldet“ im Sinne von § 162 Abs. 1 AktG.

g) Langfristiger Bonus („LTP“)

LTP 2021-2024

Vorstandsmitglieder erhalten einen mehrjährigen Bonus, der sich nach Zielwerten für die Erreichung strategischer Kriterien nach Ablauf einer vierjährigen Bonusperiode von 2021 bis 2024 bemisst („LTP 2021-2024“). Für Vorstandsmitglieder, die während der laufenden Bonusperiode des LTP 2021-2024 bestellt wurden bzw. werden, gilt eine anteilige Laufzeit bis Ende 2024. Der LTP 2021-2024 wird nach der Hauptversammlung 2025 zur Zahlung fällig; unbeschadet der grundsätzlichen Zusage sind demnach im Jahr 2021 aufgrund der noch laufenden Bonusperiode keine Zahlungen aus dem LTP 2021-2024 erfolgt bzw. fällig geworden; demnach ist der LTP 2021-2024 nicht „gewährt und geschuldet“ im Sinne von § 162 Abs. 1 AktG.

LANGFRISTIGER BONUS



Der LTP 2021-2024 leistet einen wesentlichen Beitrag zur Förderung der Unternehmensstrategie C.A.R.E.+, indem er den Vorstand incentiviert, nachhaltiges und profitables Wachstum zu sichern, insbesondere durch Stärkung des Fokus auf Hautpflege, Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Erschließung von neuen Wachstumsmärkten und Geschäftsfeldern, Innovationen und Personalentwicklung.

Für den LTP 2021-2024 gelten gemeinschaftliche Ziele für sämtliche Mitglieder des Vorstands, die an die strategische Entwicklung des Unternehmens anknüpfen. Sie können je nach Aufgabenbereich individuell gewichtet werden. Hierfür legt der Aufsichtsrat messbare nichtfinanzielle oder finanzielle Kriterien fest, die sich im Wesentlichen aus der Umsetzung der Strategie C.A.R.E.+ sowie aus der dem Aufsichtsrat zur Zustimmung vorzulegenden Mehrjahresplanung ergeben.

Für den LTP 2021-2024 hat der Aufsichtsrat auf Empfehlung seines Präsidialausschusses folgende Kriterien festgelegt und gewichtet:

Digitale Transformation , insbesondere Steigerung E-Commerce-Umsatz bis 2024	20%
Win with Skin Care , insbesondere Positionierung als führendes Hautpflegeunternehmen	20%
Erschließung neuer Wachstumsmärkte und Geschäftsfelder	20%
Nachhaltigkeit , insbesondere Reduktion der weltweiten CO ₂ Emissionen um 20% (gegenüber 2018) und Erhöhung des Anteils recycelter Materialien in Plastikverpackungen auf 20%, jeweils bis 2024	20%
Diversität und Mitarbeiterentwicklung , insbesondere Erhöhung des Frauenanteils in den Führungsebenen MG 1-4 auf 45% sowie Nachfolgeplanung der MG 1-4	20%

Nach Ablauf der Bonusperiode legt der Aufsichtsrat für den LTP 2021-2024 prozentuale Zielerreichungsgrade zwischen 0% und 200% fest. Ab einer Zielerreichung von insgesamt 90% wird die Zielerreichung aus den zuvor genannten strategischen Zielen mit der Zielerreichung aus weiteren, auch finanziellen Leistungskriterien gewichtet, die sich aus der Mehrjahresplanung ergeben. Diese Leistungskriterien ergeben sich nach Festsetzung des Aufsichtsrats je zur Hälfte aus dem Umsatzwachstum (gemäß Jahresplanung, +/-10% EBIT-Planabweichung) und aus der Steigerung des Marktanteils der Consumer-Kategorien, mit Konzentration auf Hautpflege, in den umsatzstärksten Ländern. Darüber hinaus kann der Aufsichtsrat im Einzelfall nach pflichtgemäßem Ermessen die Zielerreichung des LTP bzw. den sich daraus ergebenden Bonus aus sachlichen Gründen um bis zu 20% erhöhen oder reduzieren, etwa um außergewöhnlichen Entwicklungen Rechnung zu tragen.

Vorstandsmitglieder haben zudem die Möglichkeit, den langfristigen LTP zum Ablauf der Bonusperiode im Jahr 2024 ganz oder teilweise in eine Pensionszusage in Form einer beitragsorientierten Leistungszusage, für die auch eine Rückdeckungsversicherung abgeschlossen werden kann, zu überführen.

LTP-Unternehmenswertbeteiligung nach altem Vergütungssystem

Die 2021 ausgeschiedenen und die amtierenden, aber 2022 ausscheidenden Mitglieder des Vorstands erhielten 2021 vertragsgemäß einen Mehrjahres-Bonus als Beteiligung am Anstieg des Unternehmenswerts des Unternehmensbereichs Consumer gemäß einer mathematischen Formel, abgeleitet aus den Jahresabschlüssen zum Beginn und zum Ende ihrer jeweiligen Amtszeit („LTP-Unternehmenswertbeteiligung“). Für die übrigen amtierenden Mitglieder des Vorstands, die vor 2021 bestellt wurden, lief die LTP-Unternehmenswertbeteiligung 2021 vertragsgemäß weiter, soweit sie nicht abgerechnet wurde. Der Aufsichtsrat hat insoweit Regelungen vereinbart, um zu verhindern, dass es zu einer unangemessen hohen Vergütung aus der LTP-Unternehmenswertbeteiligung und dem neuen LTP 2021-2024 kommt.

Unter der LTP-Unternehmenswertbeteiligung wird Vorstandsmitgliedern zu Beginn der jeweiligen Beststellungs- oder Wiederbestellungsperiode ein fiktiver Anteil am Unternehmenswert zugeteilt (Base Virtual Unit/BVU). Nach Ablauf der jeweiligen Beststellungs- oder Wiederbestellungsperiode und eventuell einer zusätzlichen Haltefrist („Bonusperiode“) wird dem Vorstandsmitglied, wenn die Hauptversammlung das Vorstandsmitglied entlastet, der anteilige Betrag der LTP-Unternehmenswertbeteiligung ausgezahlt, um den der Unternehmenswert prozentual gestiegen ist.

Die Unternehmenswertsteigerung entspricht dem prozentualen Anteil, der dem Vorstandsmitglied von seiner zugeteilten fiktiven Unternehmenswertbeteiligung ausgezahlt wird. Bei den vor 2017 bestellten Vorstandsmitgliedern berechnet sich der Unternehmenswert jeweils aus einem Vielfachen von Umsatz und EBIT gemäß dem Konzernabschluss. Die Wertsteigerung ist dabei der Anstieg des Unternehmenswerts vom Beginn bis zum Ende der Bonusperiode, jeweils berechnet als Durchschnitt über drei Jahre. Bei den ab 2017 bestellten Vorstandsmitgliedern berechnet sich der Unternehmenswert anhand der Steigerung des Umsatzes vom Beginn bis zum Ende der Bonusperiode, es sei denn, dass das EBIT um mehr als 10% vom Plan abweicht.

Dabei wird der Umsatz entsprechend wie beim Variablen Bonus um Sonderinflüsse neutralisiert und das EBIT (im Fall einer möglichen Anpassung) unter anderem um Abweichungen bezüglich Marketingaufwendungen sowie Aufwendungen für Forschung und Entwicklung gegenüber dem Beginn der Bonusperiode bereinigt. Darüber hinaus kann der Aufsichtsrat im Einzelfall nach pflichtgemäßem Ermessen Anpassungen vornehmen, etwa indem er Sondereffekte und Inflation bereinigt oder die LTP-Unternehmenswertbeteiligung aus sachlichen Gründen um bis zu 20% erhöht oder reduziert.

Mit der LTP-Unternehmenswertbeteiligung können die Vorstandsmitglieder auch im Rahmen einer finanziellen Eigenbeteiligung an der Unternehmensentwicklung partizipieren und sogenannte Covered Virtual Units (CVU) erwerben. Die Eigenbeteiligung erfolgt durch entsprechenden Einbehalt fälliger Bonuszahlungen aus dem Variablen Bonus, durch Sicherheitsleistung

(z.B. Verpfändung eines entsprechenden Vermögenswerts des Vorstandsmitglieds) oder durch Zuweisung. Die Covered Virtual Units nehmen an positiven und negativen prozentualen Wertveränderungen der Unternehmenswertbeteiligung teil. Sie sind sofort unverfallbar. Soweit einbehalten oder zugewiesen, werden sie nach Anpassung durch die Unternehmenswertentwicklung vollständig, teilweise oder nicht ausgezahlt. Für Covered Virtual Units kann das Vorstandsmitglied eine zusätzliche Unternehmenswertbeteiligung gleicher Höhe (Matching Virtual Units/MVU) entsprechend den Base Virtual Units erhalten.

Die LTP-Unternehmenswertbeteiligung ist für jedes Vorstandsmitglied grundsätzlich auf einen Höchstbetrag begrenzt (200% Cap, entspricht etwa 10% p.a.). Dies gilt nicht für Covered Virtual Units, weil das Vorstandsmitglied insoweit auch ein Verlustrisiko trägt. Ist ein Vorstandsmitglied für einen kürzeren Zeitraum als seine Beststellungsperiode aktiv tätig, wird die LTP-Unternehmenswertbeteiligung zeitanteilig gekürzt. Bei einem vorzeitigen Ausscheiden auf Verlangen des Vorstandsmitglieds oder infolge einer Kündigung durch die Gesellschaft aus wichtigem Grund entfällt die LTP-Unternehmenswertbeteiligung.

Unbeschadet der grundsätzlichen Zusage einer LTP-Unternehmenswertbeteiligung gegenüber den genannten Mitgliedern des Vorstands sind 2021 aufgrund der jeweils noch laufenden Bonusperiode keine Zahlungen aus der LTP-Unternehmenswertbeteiligung erfolgt bzw. fällig geworden; demnach wurde in 2021 keine LTP-Unternehmenswertbeteiligung „gewährt und geschuldet“ im Sinne von § 162 Abs. 1 AktG.

Begrenzung der variablen Vergütung und Maximalvergütung

Die Auszahlung sämtlicher variabler Vergütungselemente (Variabler Bonus, LTP und MAB, soweit gewährt) ist auf 200% des jeweiligen individuellen Zielbetrags begrenzt. Aus dieser relativen Begrenzung und unter Einbeziehung aller fixen und sonstigen Vergütungsbestandteile, die einem Vorstandsmitglied je nach Einzelfall gewährt werden können, wird die maximale Gesamtvergütung betragsmäßig festgelegt.

Für den Vorstandsvorsitzenden liegt die Maximalvergütung bei 9 Mio.€ pro Jahr und für jedes ordentliche Vorstandsmitglied bei 6 Mio.€ pro Jahr. In dieser Maximalvergütung sind die Beträge aus der langfristigen variablen Vergütung (MAB und LTP) zeitanteilig mit einem jährlichen Zielwert enthalten, unbeschadet der Tatsache, dass sie jeweils erst zum Ende der Laufzeit fällig werden. Die Einhaltung der Maximalvergütung in 2021 im Sinne von § 162 Abs. 1 Satz 2 Nr. 7 AktG wird in der Tabelle „Gewährte und geschuldete Vergütung des Vorstands gemäß § 162 Abs. 1 AktG“ dargestellt.

Einbehalt und Clawback-Regelung

Der Aufsichtsrat hat die Möglichkeit, nach pflichtgemäßem Ermessen die variable Vergütung um bis zu 20% zu kürzen bzw. einzubehalten, um außergewöhnliche Umstände angemessen berücksichtigen zu können.

Gemäß dem ab 2021 geltenden Vergütungssystem kann der Aufsichtsrat bereits festgestellte oder ausgezahlte variable Vergütungsbestandteile einbehalten bzw. zurückfordern, wenn sich die der ursprünglichen Zielerreichung zugrundeliegenden Berechnungsgrundlagen, insbesondere die maßgeblichen Konzernabschlüsse, nachträglich aufgrund neuer Tatsachen oder Beweise als wesentlich fehlerhaft darstellen (Clawback). Die Möglichkeit hierzu verjährt spätestens drei Jahre nach Auszahlung. Etwaige Schadensersatzansprüche der Gesellschaft gegen das Vorstandsmitglied, insbesondere aus § 93 Abs. 2 AktG, bleiben unberührt. Von dieser Möglichkeit hat der Aufsichtsrat in 2021 keinen Gebrauch gemacht.

Regelungen im Zusammenhang mit der Beendigung der Vorstandstätigkeit

Die Vorstandsdiensverträge enthalten für den Fall der vorzeitigen Beendigung von Amt oder Tätigkeit aus Gründen, die das jeweilige Vorstandsmitglied nicht zu vertreten hat, eine Begrenzung der Abfindung oder weiterer Zahlungen auf den zweifachen Wert der Grundvergütung und den zweifachen Wert des Variablen Bonus und eines etwaigen MAB bzw. auf die Gesamtzielvergütung für die Restlaufzeit des Dienstvertrags.

Im Fall der Beendigung eines Vorstandsvertrags erfolgt die Auszahlung offener variabler Vergütungsbestandteile, die auf die Zeit bis zur Vertragsbeendigung entfallen, grundsätzlich nach den ursprünglich vereinbarten Zielen und Vergleichsparametern sowie nach den im Vertrag festgelegten Fälligkeitszeitpunkten oder Haltedauern. Im Einzelfall kann der Aufsichtsrat bei einer vorzeitigen Vertragsbeendigung offene variable Vergütungskomponenten pauschalieren.

Bei vorzeitiger Beendigung der Vorstandstätigkeit auf Veranlassung des Unternehmens, außer bei Kündigung aus wichtigem Grund, den das jeweilige Vorstandsmitglied zu vertreten hat, werden der Variable Bonus (je nach Anspruchsberechtigung) und der MAB sowie LTP zeitanteilig gewährt. Sofern das Vorstandsmitglied auf seine Veranlassung oder aus einem von ihm zu vertretenen wichtigen Grund ausscheidet, entfallen sämtliche Ansprüche aus dem MAB sowie LTP. Ansprüche aus dem Variablen Bonus für das zum Zeitpunkt des Ausscheidens laufende Geschäftsjahr entfallen ebenfalls, es sei denn, eine höhere Zielerreichung kann eindeutig nachgewiesen werden.

Zusagen für den Fall der vorzeitigen Beendigung der Vorstandstätigkeit infolge eines Kontrollwechsels (Change-of-Control) bestehen nicht.

Für die Dauer des Bestehens des nachvertraglichen Wettbewerbsverbots von regelmäßig 24 Monaten haben die jeweiligen Vorstandsmitglieder einen Anspruch auf Entschädigung in Höhe der Hälfte ihrer zuletzt vereinbarten jährlichen Grundvergütung und ihres kurzfristigen Variablen Bonus. Die Gesellschaft kann jederzeit, spätestens jedoch sechs Monate vor Vertragsbeendigung, im Fall einer vorzeitigen Vertragsbeendigung auch ohne Einhaltung der Sechs-Monats-Frist, auf das nachvertragliche Wettbewerbsverbot verzichten. Insoweit besteht kein Anspruch auf Entschädigung.

Zu den konkreten Regelungen der 2021 ausgeschiedenen Mitgliedern des Vorstands wird auf die Erläuterungen im nachstehenden Abschnitt „Individuelle Vergütung des Vorstands 2021“ verwiesen.

Individuelle Vergütung des Vorstands 2021

In der nachfolgenden Tabelle wird für jedes Mitglied des Vorstands die „gewährte und geschuldete Vergütung“ im Sinne des § 162 Abs. 1 Satz 1 AktG angegeben. Damit umfasst sind die im Geschäftsjahr zugeflossene Vergütung und die Vergütung, die für das Geschäftsjahr gewährt wurde und fällig ist, aber (bisher) nicht zugeflossen ist. Einbezogen sind damit die im jeweiligen Geschäftsjahr tatsächlich zugeflossene Grundvergütung und die Nebenleistungen, einschließlich etwaiger Wiederbestellungsboni. Mit Blick auf den Variablen Bonus wird nicht der für das Berichtsjahr zugesagte kurzfristige Variable Bonus ausgewiesen, da dieser erst nach Ablauf des Berichtsjahres festgesetzt und nach der Entlastung durch die Hauptversammlung des Folgejahres ausgezahlt wird; vielmehr ist der kurzfristige variable Bonus des Vorjahrs, der nach der Hauptversammlung im Berichtsjahr ausgezahlt wurde, als im Berichtsjahr „gewährt und geschuldet“ nach § 162 Abs. 1 Satz 1 AktG darzustellen. Schließlich werden etwaige langfristig variable Vergütungsbestandteile (MAB und LTP) als „gewährt und geschuldet“ nur dann ausgewiesen, soweit diese im Berichtsjahr tatsächlich zugeflossen oder fällig geworden sind.

Darüber hinaus werden die relativen Anteile von fester und variabler Vergütung angegeben. Diese beziehen sich ebenfalls auf die im jeweiligen Geschäftsjahr gewährten und geschuldeten Vergütungsbestandteile im Sinne von § 162 Abs. 1 Satz 1 AktG. Sie sind daher nicht mit den relativen Anteilen in der Darstellung des Vergütungssystems gemäß § 87a Abs. 1 Nr. 3 AktG vergleichbar, die sich auf die jeweiligen Zielwerte bzw. im Fall der langfristigen variablen Vergütung auf die zeitanteiligen jährlichen Zielwerte beziehen (siehe oben Abschnitt „Vergütungsstruktur und Vergütungselemente“). Schließlich wird in der Tabelle gemäß § 162 Abs. 1 Satz 2 Nr. 7 AktG die im Vergütungssystem festgelegte Maximalvergütung der Vorstandsmitglieder dargestellt bzw. mit der 2021 gewährten und geschuldeten Vergütung gegenübergestellt. Hieraus ergibt sich, dass die Maximalvergütung in 2021 jeweils eingehalten wurde.

GEWÄHRTE UND GESCHULDETE VERGÜTUNG DES VORSTANDS GEM. § 162 ABS. 1 AKTG/MAXIMALVERGÜTUNG (IN TSD. €)

	Fixe Grundvergütung		Nebenleistungen		Variabler Bonus aus 2019 aus 2020		MAB		LTP		Gesamt		Maximalvergütung (Vergütungssystem)
	2020 ¹	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	
Vincent Warnery (Vorsitzender seit 01.05.2021)	425	841	14	18	450	396	-	-	-	-	889	1.255	8.000
Relativer Anteil	48%	67%	2%	1%	51%	32%	0%	0%	0%	0%	100%	100%	
Oswald Barckhahn (seit 15.10.2021)	-	105	-	64	-	-	-	-	-	-	-	169	1.315
Relativer Anteil	-	62%	-	38%	-	0%	-	0%	-	0%	-	100%	
Astrid Hermann	-	500	-	179	-	-	-	-	-	-	-	679	6.000
Relativer Anteil	-	74%	-	26%	-	0%	-	0%	-	0%	-	100%	
Thomas Ingelfinger	383	450	8	18	462	385	-	-	-	-	853	853	6.000
Relativer Anteil	45%	53%	1%	2%	54%	45%	0%	0%	0%	0%	100%	100%	
Zhengrong Liu	425	500	38	193 ²	417	340	-	-	-	-	880	1033	6.000
Relativer Anteil	48%	48%	4%	19%	47%	33%	0%	0%	0%	0%	100%	100%	
Stefan De Loecker (bis 30.06.2021)	850	500	9	7	1.390	1.265	-	-	-	-	2.249	1.772	4.500
Relativer Anteil	38%	28%	0%	0%	62%	71%	0%	0%	0%	0%	100%	100%	
Ramon A. Mirt	425	500	451	472	348	350	-	-	-	-	1.224	1.322 ³	6.000
Relativer Anteil	35%	38%	37%	36%	28%	26%	0%	0%	0%	0%	100%	100%	
Asim Naseer (bis 05.04.2021)	425	130	116	19	402	323	-	-	-	-	943	472	1.562
Relativer Anteil	45%	28%	12%	4%	43%	68%	0%	0%	0%	0%	100%	100%	
Patrick Rasquinet (seit 01.07.2021)	-	250	-	233	-	-	-	-	-	-	-	483 ⁴	3.500
Relativer Anteil	-	52%	-	48%	-	0%	-	0%	-	0%	-	100%	
Dessi Temperley (bis 05.04.2021)	408	125	15	10	417	330	-	-	-	-	840	465	1.562
Relativer Anteil	49%	27%	2%	2%	50%	71%	0%	0%	0%	0%	100%	100%	
Zwischensumme	3.341	3.901	651	1.213	3.886	3.389	-	-	-	-	7.878	8.503	
<i>Vergütung an ausgeschiedene Vorstandsmitglieder in 2021</i>													
Ralph Gusko (bis 31.12.2019)	500	500	194	17	400	400	-	-	-	-	1.094	917	n/a
Relativer Anteil	46%	55%	18%	2%	37%	44%	0%	0%	0%	0%	100%	100%	
Stefan De Loecker (bis 30.06.2021)	-	500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	500	4.500
Relativer Anteil	-	100%	-	0%	-	0%	-	0%	-	0%	-	100%	
Asim Naseer (bis 05.04.2021)	-	370	-	-	-	-	-	-	-	-	-	370	4.438
Relativer Anteil	-	100%	-	0%	-	0%	-	0%	-	0%	-	100%	
Dessi Temperley (bis 05.04.2021)	-	115	-	-	-	-	-	-	-	-	-	115	4.438
Relativer Anteil	-	100%	-	0%	-	0%	-	0%	-	0%	-	100%	
Zwischensumme	3.841	5.386	845	1.230	4.286	3.789	-	-	685	-	8.972	10.405	
<i>Pensionszahlungen an ausgeschiedene Vorstandsmitglieder in 2021⁵</i>													
Thomas B. Quaas (bis 26.04.2012)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	245	232	n/a
Relativer Anteil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100%	100%	
Vor 2011 ausgeschie- dene Mitglieder	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.837	1.785	n/a
Relativer Anteil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100%	100%	
Gesamt	3.841	5.386	845	1.230	4.286	3.789	-	-	-	-	11.054	12.422	

¹ Im Rahmen des sogenannten Solidarpakts haben die Mitglieder des Vorstands als Reaktion auf die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf 20% ihrer jeweiligen fixen Grundvergütung für die Monate April bis Dezember 2020 verzichtet.

² Hierin enthalten ist eine Ausgleichszahlung von 150 Tsd. € ab 1. Juli 2019 für die Übernahme der Region Greater China.

³ Hiervon wurden 885 Tsd. € als Vergütung für Tätigkeiten in Konzerngesellschaften gewährt.

⁴ Hiervon wurden 183 Tsd. € als Vergütung für Tätigkeiten in Konzerngesellschaften gewährt.

⁵ Die Pensionszahlungen sind teilweise auf Anwartschaftszeiträume vor der jeweiligen Bestellung als Mitglied des Vorstands zurückzuführen.

Darüber hinaus zeigt die nachfolgende Tabelle die Überleitung zu den Gesamtbezügen für die Tätigkeit der Vorstandsmitglieder im Geschäftsjahr gemäß den handelsrechtlichen Vorschriften und zudem für jedes Vorstandsmitglied individualisiert. Neben Grundvergütung und Nebenleistungen wird – anders als nach § 162 Abs. 1 Satz 1 AktG – der Variable Bonus ausgewiesen,

der für das Berichtsjahr zugesagt wurde, aber erst nach der Hauptversammlung des Folgejahres ausbezahlt wird. Zudem sind die jährlichen Zuführungen zu den Rückstellungen für den langfristigen LTP sowie der hierfür seit Gewährung insgesamt zurückgestellte Gesamtbetrag ausgewiesen.

GESAMTVERGÜTUNG NACH HGB (INDIVIDUALISIERT)

	Fixvergütung		Nebenleistungen und sonstige Bezüge		Variabler Bonus aus 2020 / aus 2021		Veränderungen in den Rückstellungen für den LTP		Gesamtvergütung nach HGB		Insgesamt zurückgestellter Betrag für den LTP	
	2020 ¹	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Vincent Warnery (Vorsitzender seit 01.05.2021)	425	841	114 ²	51 ²	396	991	-	2.568	935	4.451	4.432	7.000
Oswald Barckhahn (seit 15.10.2021)	-	105	-	64	-	73	-	310	-	552	-	310
Astrid Hermann	-	500	-	179	-	348	-	430	-	1.457	-	430
Thomas Ingelfinger	383	450	8	18	385	417	-	-	776	885	2.480	2.480
Zhengrong Liu	425	500	188	143 ³	340	354	-	-	953	997	3.839	3.839
Stefan De Loecker (bis 30.06.2021)	850	500	9	7	1.265	500	-	1.945	2.124	2.952	3.055	5.000
Ramon A. Mirt	425	500	951	972 ⁴	350	403	-	1.119	1.726	2.994 ⁵	581	1.700
Asim Naseer (bis 05.04.2021)	425	130	116	19	323	94	-	262	864	505	529	791
Patrick Rasquinet (seit 01.07.2021)	-	250	-	233	-	176	-	350	-	1.009 ⁶	-	350
Dessi Temperley (bis 05.04.2021)	408	125	15	110 ⁷	330	94	-	-	753	329	624	624
Gesamt	3.341	3.901	1.401	1.796	3.389	3.450	-	6.984	8.131	16.131	15.540	22.524

Ebenfalls über § 162 AktG hinausgehend, zeigen die nachfolgenden Tabellen für jedes 2021 amtierende Vorstandsmitglied die gewährten Zuwendungen und den Zufluss für 2021 gemäß Ziffer 4.2.5 des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 7. Februar 2017 („Kodex 2017“). Um eine bessere Vergleichbarkeit der Zielvergütung mit der für dasselbe Geschäftsjahr erreichten und festgesetzten Vergütung sicherzustellen, werden darin – wie schon in den Jahren zuvor – variable Vergütungsbestandteile mit ihrer (ggf. zeitanteiligen) Zielvergütung für das Jahr als gewährt bzw. zugeflossen ausgewiesen, für die sie wirtschaftlich und dem Grunde nach zugewiesen und festgesetzt werden. Die gewährten Zuwendungen und der Zufluss erfassen

insoweit neben der fixen Grundvergütung und den Nebenleistungen auch den kurzfristigen Variablen Bonus, der nach der Entlastung durch die Hauptversammlung des jeweiligen Folgejahres gezahlt wird. Mehrjahres-Boni (MAB) und LTP werden in dem Geschäftsjahr als Zufluss ausgewiesen, in dem die jeweilige Laufzeit bzw. Bonusperiode abläuft, auch wenn die tatsächliche Auszahlung erst nach der Hauptversammlung des jeweiligen Folgejahres erfolgt. Insoweit sind die „Gewährten Zuwendungen“ und der „Zufluss“ im Sinne des Kodex 2017 nicht gleichbedeutend mit der „gewährten und geschuldeten“ Vergütung im Sinne des § 162 Abs. 1 Satz 1 AktG.

VINCENT WARNERY

Vorstandsvorsitzender (seit 01.05.2021)
Datum Eintritt: 15.02.2017

	Gewährte Zuwendungen				Zufluss	
	2020 Zielwert	2021 Zielwert	2021 (Min. p. a.)	2021 (Max. p. a.)	2020	2021
Festvergütung	500	841	841	841	425	841
Nebenleistungen	14	18	18	18	14	18
Summe fixe Vergütung	514	859	859	859	439	859
Variabler Bonus	300	767	-	1.533	396	991
Mehrjährige variable Vergütung						
Mehrjahres-Bonus (Laufzeit 1/2020 - 4/2021)	100	33	-	67	-	-
LTP 2021-2024 (Laufzeit 1/2021 - 12/2024)	-	2.000	-	4.000	-	-
LTP-Unternehmenswertbeteiligung (Laufzeit 2/2017 bis 4/2021)	905	302	302	302	-	5.000 ⁸
Summe variable Vergütung	1.305	3.102	302	5.902	396	5.991
Gesamtvergütung	1.819	3.961	1.161	6.761	835	6.850

¹ Im Rahmen des sogenannten Solidarpakts haben die Mitglieder des Vorstands als Reaktion auf die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf 20% ihrer jeweiligen fixen Grundvergütung für die Monate April bis Dezember 2020 verzichtet.

² Hierin enthalten ist ein Betrag in Höhe von 100 Tsd. € (Zielbetrag p.a.) als Mehrjahres-Bonus (MAB) für die Zeit bis zum 30. April 2021 (siehe hierzu den Abschnitt „Vergütungsstruktur und Vergütungselemente, lit g“).

³ Hierin enthalten ist eine Ausgleichszahlung von 100 Tsd. € p.a. ab dem 1. Juli 2019 für die Übernahme der Region Greater China, die jeweils nach der Hauptversammlung des Folgejahres fällig ist. Die Vorjahreszahl wurde entsprechend um 150 Tsd. € angepasst.

⁴ Hierin enthalten ist ein Betrag in Höhe von 500 Tsd. € (Zielbetrag p.a.; Vorjahr: 500 Tsd. €) in 2019 als Mehrjahres-Bonus (MAB) (siehe hierzu den Abschnitt „Vergütungsstruktur und Vergütungselemente, lit g“).

⁵ Hiervon wurden 2.467 Tsd. € als Vergütung für Tätigkeiten in Konzerngesellschaften gewährt.

⁶ Hiervon wurden 499 Tsd. € als Vergütung für Tätigkeiten in Konzerngesellschaften gewährt.

⁷ Hierin enthalten ist ein Betrag in Höhe von 100 Tsd. € für die Übergabe des Finanzressorts, der nach der Hauptversammlung 2022 zur Zahlung fällig wird.

⁸ Die LTP-Unternehmenswertbeteiligung von Vincent Warnery wurde im Rahmen seiner Ernennung zum Vorsitzenden des Vorstands abgerechnet (siehe hierzu die Entsprechenserklärung 2021, abgebildet in der „Erklärung zur Unternehmensführung“ in diesem Geschäftsbericht); der sich hieraus ergebende Betrag wird nach der Hauptversammlung 2022 zur Zahlung fällig.

Weitere Informationen
Vergütungsbericht

OSWALD BARCKHAHN

Mitglied des Vorstands
Datum Eintritt: 15.10.2021

	Gewährte Zuwendungen				Zufluss	
	2020 Zielwert	2021 Zielwert	2021 (Min. p. a.)	2021 (Max. p. a.)	2020	2021
Festvergütung	-	105	105	105	-	105
Nebenleistungen	-	64	64	64	-	64
Summe fixe Vergütung	-	169	169	169	-	169
Variabler Bonus	-	63	-	126	-	73
Mehrfährige variable Vergütung						
LTP 2021-2024 (Laufzeit 10/2021 - 12/2024)	-	310	-	610	-	-
Summe variable Vergütung	-	373	-	736	-	73
Gesamtvergütung	-	542	169	905	-	242

ASTRID HERMANN

Mitglied des Vorstands/CFO
Datum Eintritt: 01.01.2021

	Gewährte Zuwendungen				Zufluss	
	2020 Zielwert	2021 Zielwert	2021 (Min. p. a.)	2021 (Max. p. a.)	2020	2021
Festvergütung	-	500	500	500	-	500
Nebenleistungen	-	179	179	179	-	179
Summe fixe Vergütung	-	679	679	679	-	679
Variabler Bonus	-	300	-	600	-	348
Mehrfährige variable Vergütung						
LTP 2021-2024 (Laufzeit 1/2021 - 12/2024)	-	430	-	830	-	-
Summe variable Vergütung	-	730	-	1.430	-	348
Gesamtvergütung	-	1.409	679	2.109	-	1.027

THOMAS INGELFINGER

Mitglied des Vorstands
Datum Eintritt: 01.07.2014

	Gewährte Zuwendungen				Zufluss	
	2020 Zielwert	2021 Zielwert	2021 (Min. p.a.)	2021 (Max. p.a.)	2020	2021
Festvergütung	450	450	450	450	383	450
Nebenleistungen	8	18	18	18	8	18
Summe fixe Vergütung	458	468	468	468	391	468
Variabler Bonus	350	350	-	700	385	417
Mehrfährige variable Vergütung						
LTP-Unternehmenswertbeteiligung BVU (Laufzeit 7/2014 - 12/22)	275	275	-	550	-	-
LTP-Unternehmenswertbeteiligung CVU (Laufzeit 7/2014 - 12/22)	130	133	-	205	-	-
LTP-Unternehmenswertbeteiligung MVU (Laufzeit 7/2014 - 12/22)	70	73	-	145	-	-
Summe variable Vergütung	825	831	-	1.600	385	417
Gesamtvergütung	1.283	1.299	468	2.068	776	885

Weitere Informationen
Vergütungsbericht

ZHENGRONG LIU

Mitglied des Vorstands/Arbeitsdirektor

Datum Eintritt: 01.07.2014

	Gewährte Zuwendungen				Zufluss	
	2020 Zielwert	2021 Zielwert	2021 (Min. p.a.)	2021 (Max. p.a.)	2020	2021
Festvergütung	500	500	500	500	425	500
Nebenleistungen	188	143	143	143	188	143
Summe fixe Vergütung	688	643	643	643	613	643
Variabler Bonus	300	300	-	600	340	354
Mehrfährige variable Vergütung						
LTP-Unternehmenswertbeteiligung BVU (Laufzeit 7/2014 - 12/23)	500	500	-	1.000	-	-
LTP-Unternehmenswertbeteiligung CVU (Laufzeit 7/2014 - 12/23)	235	241	-	358	-	-
LTP-Unternehmenswertbeteiligung MVU (Laufzeit 7/2014 - 12/23)	75	75	-	150	-	-
Summe variable Vergütung	1.110	1.116	-	2.108	340	354
Gesamtvergütung	1.798	1.759	643	2.751	953	997

STEFAN DE LOECKER

Vorstandsvorsitzender (bis 30.04.2021)

Mitglied des Vorstands (bis 30.06.2021)

Datum Eintritt: 01.07.2014

	Gewährte Zuwendungen				Zufluss	
	2020 Zielwert	2021 Zielwert	2021 (Min. p.a.)	2021 (Max. p.a.)	2020	2021
Festvergütung	1.000	500	500	500	850	500
Nebenleistungen	9	7	7	7	9	7
Summe fixe Vergütung	1.009	507	507	507	859	507
Variabler Bonus	1.000	500	500	500	1.265	500
Mehrfährige variable Vergütung						
LTP-Unternehmenswertbeteiligung (Laufzeit 7/2014 - 6/2021)	2.000	1.000	1.000	1.000	-	5.000 ¹
Summe variable Vergütung	3.000	1.500	1.500	1.500	1.265	5.500
Gesamtvergütung	4.009	2.007	2.007	2.007	2.124	6.007

RAMON A. MIRT

Mitglied des Vorstands

Datum Eintritt: 01.01.2019

	Gewährte Zuwendungen				Zufluss	
	2020 Zielwert	2021 Zielwert	2021 (Min. p.a.)	2021 (Max. p.a.)	2020	2021
Festvergütung	500	500	500	500	425	500
Nebenleistungen	451	472	472	472	451	472
Summe fixe Vergütung	951	972	972	972	876	972
Variabler Bonus	300	300	-	600	350	403
Mehrfährige variable Vergütung						
Mehrjahres-Bonus (Laufzeit 1/2019 - 12/2024)	500	500	-	1.000	-	-
LTP 2021 - 2024 (Laufzeit 1/2021 - 12/2024)	-	600	-	1.200	-	-
LTP-Unternehmenswertbeteiligung BVU (Laufzeit 1/2019 - 12/2024)	600	-	-	-	-	-
Summe variable Vergütung	1.400	1.400	-	2.800	350	403
Gesamtvergütung²	2.351	2.372	972	3.772	1.226	1.375

¹ Die LTP-Unternehmenswertbeteiligung von Stefan De Loecker wurde im Rahmen der einvernehmlichen Aufhebung seiner Bestellung abgerechnet (siehe hierzu die Entsprechenserklärung 2021, abgebildet in der „Erklärung zur Unternehmensführung“ in diesem Geschäftsbericht); der sich hieraus ergebende Betrag wird nach der Hauptversammlung 2022 zur Zahlung fällig.

² Von diesen Gesamtsummen wurden als Vergütung für Tätigkeiten in Konzerngesellschaften 1.879 Tsd.€/Zielwert, 554 Tsd.€/Min. p.a., 3.203 Tsd.€/Max. p.a. gewährt bzw. 935 Tsd.€/Zufluss gezahlt.

Weitere Informationen
Vergütungsbericht

ASIM NASEER

Mitglied des Vorstands (bis 05.04.2021)

Datum Eintritt: 01.01.2019

	Gewährte Zuwendungen				Zufluss	
	2020 Zielwert	2021 Zielwert	2021 (Min. p.a.)	2021 (Max. p.a.)	2020	2021
Festvergütung	500	130	130	130	425	130
Nebenleistungen	116	19	19	19	116	19
Summe fixe Vergütung	616	149	149	149	541	149
Variabler Bonus	300	94	94	94	323	94
Mehrfährige variable Vergütung						
LTP-Unternehmenswertbeteiligung BVU (Laufzeit 1/2019 - 12/2022)	300	78	-	156	-	-
LTP-Unternehmenswertbeteiligung CVU (Laufzeit 1/2019 - 12/2022)	174	45	-	62	-	-
LTP-Unternehmenswertbeteiligung MVU (Laufzeit 1/2019 - 12/2022)	-	-	-	-	-	-
Summe variable Vergütung	774	217	94	312	323	94
Gesamtvergütung	1.390	366	243	461	864	243

PATRICK RASQUINET

Mitglied des Vorstands

Datum Eintritt: 01.07.2018

	Gewährte Zuwendungen				Zufluss	
	2020 Zielwert	2021 Zielwert	2021 (Min. p.a.)	2021 (Max. p.a.)	2020	2021
Festvergütung	-	250	250	250	-	250
Nebenleistungen	-	233	233	233	-	233
Summe fixe Vergütung	-	483	483	483	-	483
Variabler Bonus	-	150	-	300	-	176
Mehrfährige variable Vergütung						
LTP 2021-2024 (Laufzeit 7/2021 - 12/2024)	-	350	-	700	-	-
Summe variable Vergütung	-	500	-	1.000	-	176
Gesamtvergütung¹	-	983	483	1.483	-	659

DESSI TEMPERLEY

Mitglied des Vorstands/CFO (bis 05.04.2021)

Datum Eintritt: 01.07.2018

	Gewährte Zuwendungen				Zufluss	
	2020 Zielwert	2021 Zielwert	2021 (Min. p.a.)	2021 (Max. p.a.)	2020	2021
Festvergütung	480	125	125	125	408	125
Nebenleistungen	15	110	110	110	15	110 ²
Summe fixe Vergütung	495	235	235	235	423	235
Variabler Bonus	300	94	94	94	330	94
Mehrfährige variable Vergütung						
LTP-Unternehmenswertbeteiligung BVU (Laufzeit 7/2018 - 12/2021)	350	104	-	208	-	-
LTP-Unternehmenswertbeteiligung CVU (Laufzeit 7/2018 - 12/2021)	104	25	-	30	-	-
LTP-Unternehmenswertbeteiligung MVU (Laufzeit 7/2018 - 12/2021)	29	5	-	10	-	-
Summe variable Vergütung	783	228	94	342	330	94
Gesamtvergütung	1.278	463	329	577	753	329

¹ Von diesen Gesamtsummen wurden als Vergütung für Tätigkeiten in Konzerngesellschaften 483 Tsd.€/Zielwert, 183 Tsd.€/Min. p.a., 783 Tsd.€/Max. p.a. gewährt bzw. 289 Tsd.€/Zufluss gezahlt.

² Hierin enthalten ist ein Betrag in Höhe von 100 Tsd.€ für die Übergabe des Finanzressorts, der nach der Hauptversammlung 2022 gezahlt wird.

Den 2021 ausgeschiedenen Vorstandsmitgliedern wurden folgende Leistungen im Rahmen ihrer vorzeitigen bzw. regulären Beendigung zugesagt, die, soweit jeweils erforderlich, auch in den vorstehenden Tabellen ausgewiesen werden:

- Stefan De Loecker, der bis zum 30. April 2021 Vorsitzender des Vorstands war und zum 30. Juni 2021 einvernehmlich aus dem Vorstand ausgeschieden ist, erhält bis zum regulären Ablauf seines Dienstvertrags am 30. Juni 2023 vertragsgemäß eine Festvergütung von 1.000 Tsd.€, Nebenleistungen im bisherigen Umfang sowie eine einmalige Kostenpauschale von

150 Tsd.€. Der Variable Bonus für die Jahre 2021 bis 2023 mit einem jährlichen Zielwert von 1.000 Tsd.€ wird in dieser Höhe nach der Hauptversammlung des jeweiligen Folgejahres zur Zahlung fällig. Aus der Unternehmenswertbeteiligung (LTP) bis zum Zeitpunkt seines Ausscheidens aus dem Vorstand erhält Stefan De Loecker einen Betrag von 5.000 Tsd.€, der nach der Hauptversammlung 2022 zur Zahlung fällig ist. Ab der Beendigung seines Dienstvertrags zum 30. Juni 2023 unterliegt Stefan De Loecker einem nachvertraglichen Wettbewerbsverbot für die Dauer von zwölf Monaten und erhält hierfür eine Karenzentschädigung von insgesamt 1.000 Tsd.€.

- Dessi Temperley, die zum 5. April 2021 einvernehmlich aus dem Vorstand ausgeschieden ist, erhielt bis zum regulären Ablauf ihres Dienstvertrags am 30. Juni 2021 alle vertragsgemäßen Leistungen. Darüber hinaus wurde ihr ein Bonus von 100 Tsd.€ für die Übergabe des Finanzressorts zugesagt, der zusammen mit dem anteiligen Variablen Bonus für 2021, der auf Grundlage der durchschnittlichen Zielerreichung des Variablen Bonus 2019 und 2020 mit insgesamt 181 Tsd.€ (davon anteilig 94 Tsd.€ bis zum Zeitpunkt ihres Ausscheidens) pauschaliert wurde, nach der Hauptversammlung

2022 zur Zahlung fällig wird. Dessi Temperley unterliegt einem nachvertraglichen Wettbewerbsverbot für die Dauer von 24 Monaten und erhält hierfür eine Karenzentschädigung von insgesamt 421 Tsd.€ jährlich.

- Asim Naseer, der zum 5. April 2021 einvernehmlich aus dem Vorstand ausgeschieden ist, erhielt bis zum regulären Ablauf seines Dienstvertrags am 31. Dezember 2021 alle vertragsgemäßen Leistungen. Sein anteiliger Variabler Bonus für 2021 wurde auf Grundlage der durchschnittlichen Zielerreichung des Variablen Bonus 2019 und 2020 mit insgesamt 363 Tsd.€ (davon anteilig 94 Tsd.€ bis zum Zeitpunkt seines Ausscheidens) pauschaliert. Er unterliegt einem nachvertraglichen Wettbewerbsverbot für die Dauer von 18 Monaten und erhält hierfür eine Karenzentschädigung von insgesamt 431 Tsd.€ jährlich.

Für die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und ihren Hinterbliebenen sind insgesamt 59.369 Tsd.€ (Vorjahr: 62.072 Tsd.€) zurückgestellt. Seit 2007 enthalten neu abgeschlossene Anstellungsverträge keine entsprechenden Pensionszusagen mehr.

Vergleichende Darstellung der jährlichen Veränderung der Vergütung und der Ertragsentwicklung

Die folgende Tabelle enthält eine vergleichende Darstellung der jährlichen Veränderung der Vorstandsvergütung, der Ertragsentwicklung der Beiersdorf

AG bzw. des Unternehmensbereichs Consumer und der durchschnittlichen Vergütung der Arbeitnehmer*innen gemäß § 162 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 AktG.

VERGLEICH JÄHRLICHE VERÄNDERUNG DER VORSTANDSVERGÜTUNG GEM. § 162 AKTG

Jährliche Veränderungen (in %)	2018 ggü. 2017	2019 ggü. 2018	2020 ggü. 2019	2021 ggü. 2020
Vorstandsvergütung				
Vincent Warnery (Vorstandsmitglied seit 15.02.2017)	45,7%	-7,0%	0,0%	3,9%
(Vorsitzender seit 01.05.2021)	n/a	n/a	n/a	10,9%
Oswald Barckhahn (seit 15.10.2021)	n/a	n/a	n/a	n/a
Astrid Hermann (seit 01.01.2021)	n/a	n/a	n/a	n/a
Thomas Ingelfinger (seit 01.07.2014)	6,2%	-25,8%	6,5%	0,0%
Zhengrong Liu (seit 01.07.2014)	-20,0%	-25,4%	6,8%	17,4%
Stefan De Loecker (von 01.07.2014 bis 30.06.2021)	237,5%	-47,9%	-6,1%	1,0%
Ramon A. Mirt (seit 01.01.2019)	n/a	n/a	2,3%	8,0%
Asim Naseer (von 01.01.2019 bis 05.04.2021)	n/a	n/a	7,5%	-5,0%
Patrick Rasquinet (seit 01.07.2021)	n/a	n/a	n/a	n/a
Dessi Temperley (von 01.07.2018 bis 05.04.2021)	n/a	22,5%	3,6%	-2,3%
<i>Vor 2021 ausgeschiedene Mitglieder</i>				
Ralph Gusko (bis 31.12.2019)	-1,5%	3,6%	-21,7%	-16,2%
Ertragsentwicklung				
Jahresüberschuss nach HGB (Beiersdorf AG)	8,6%	-28,4%	2,9%	-36,9%
EBIT-Umsatzrendite (Unternehmensbereich Consumer)	+0,1%	-1,2%	-1,8%	-0,2%
Umsatzerlöse, organisch (Unternehmensbereich Consumer)	5,0%	4,8%	-6,6%	8,8%
Durchschnittliche Vergütung der Mitarbeitenden auf Vollzeitäquivalentbasis				
Vergütung Gesamtbelegschaft des Unternehmensbereichs Consumer (Deutschland)	1,0%	6,0%	3,1%	0,5%

Die abgebildete Veränderung der Vorstandsvergütung bezieht sich dabei auf die jeweils gewährte oder geschuldete Vergütung im Sinne des § 162 Abs. 1 Satz 1 AktG. Soweit Vorstandsmitglieder in einem Geschäftsjahr wegen eines unterjährigen Ein- oder Austritts nur anteilig vergütet wurden, wurde die Vergütung für dieses Geschäftsjahr auf ein volles Jahr hochgerechnet, um die Vergleichbarkeit sicherzustellen. Zahlungen aus der variablen Vergütung werden, auch wenn sie mehrjährige Bemessungsperioden haben, nur in dem Jahr der tatsächlichen Auszahlung berücksichtigt.

Die Ertragsentwicklung wird anhand der Entwicklung des Jahresüberschusses der Beiersdorf AG gemäß § 275 Abs. 2 Nr. 17 HGB dargestellt. Da die Vergütung der Mitglieder des Vorstands auch maßgeblich von der Entwicklung weiterer Kennzahlen des Unternehmensbereichs Consumer abhängig ist, wird darüber hinaus auch die Entwicklung des organischen Umsatzes und der EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) für den Unternehmensbereich Consumer angegeben.

Für den Vergleich mit der Entwicklung der durchschnittlichen Vergütung der Arbeitnehmer*innen wird auf die durchschnittliche Vergütung der Belegschaft in den Beiersdorf Gesellschaften im Unternehmensbereich Consumer (exkl. tesa) abgestellt. Da die Vergütungsstrukturen der Belegschaft insbesondere in den ausländischen Tochtergesellschaften vielfältig sind, ist es zur Sicherstellung der Vergleichbarkeit sachgerechter, nur auf die Entwicklung der durchschnittlichen Vergütung der Belegschaft in Deutschland abzustellen. Dabei wurde die im Geschäftsjahr gewährte und geschuldete Vergütung der Gesamtschicht (einschließlich oberer Führungskreis und leitende Angestellte im Sinne des § 5 Abs. 3 BetrVG), berücksichtigt. Soweit Arbeitnehmer*innen zugleich eine Vergütung als Mitglied des Aufsichtsrats der Beiersdorf AG erhalten, wurde diese Vergütung nicht berücksichtigt. Um die Vergleichbarkeit sicherzustellen, wurde die Vergütung von Teilzeitarbeitskräften auf Vollzeitäquivalente hochgerechnet. Diese Vergleichsgruppe wurde auch bei der Prüfung der Angemessenheit der Vergütung der Mitglieder des Vorstands herangezogen.

2. Vergütung des Aufsichtsrats

Die Vergütung des Aufsichtsrats (§ 15 der Satzung) orientiert sich an der Verantwortung und dem Aufgabenbereich der einzelnen Aufsichtsratsmitglieder sowie an der wirtschaftlichen Situation der Gesellschaft und berücksichtigt die maßgeblichen Grundsätze, Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex.

Die bestehende Regelung in § 15 der Satzung trägt diesen Anforderungen hinreichend und angemessen Rechnung, denn die Vergütung berücksichtigt sowohl ihrer Struktur als auch ihrer Höhe nach die Anforderungen an die konkreten Aufgaben der Aufsichtsratsmitglieder sowie den zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung des Amtes erforderlichen Zeitaufwand. Zudem besteht die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder seit dem 1. Juli 2018 ausschließlich aus festen Vergütungsbestandteilen.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten neben der Erstattung ihrer Auslagen eine Festvergütung von 85.000 € sowie ein Sitzungsgeld in Höhe von 1.000 €

für die Teilnahme an Sitzungen des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhält das Zweieinhalbfache und sein Stellvertreter das Eineinhalbfache der Festvergütung. Mitglieder von Ausschüssen – mit Ausnahme des Nominierungsausschusses und des Ausschusses gemäß § 27 Abs. 3 MitbestG – erhalten für ihre Tätigkeit in diesen Ausschüssen eine gesonderte Vergütung von 20.000 € für jedes volle Geschäftsjahr; die Mitglieder des Prüfungsausschusses erhalten das Doppelte dieses Betrags. Der Vorsitzende eines Ausschusses erhält das Zweieinhalbfache der Vergütung eines Ausschussmitglieds. Wenn ein Mitglied des Aufsichtsrats zur gleichen Zeit mehrere Ämter innehat, für die eine erhöhte Vergütung gewährt wird, erhält es nur die Vergütung für das am höchsten vergütete Amt.

Die Höhe der in § 15 der Satzung festgelegten Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats ist – auch im Vergleich zu den Aufsichtsratsvergütungen anderer großer börsennotierter Unternehmen in Deutschland – angemessen. Durch die Angemessenheit der Aufsichtsratsvergütung ist sichergestellt, dass die Beiersdorf Aktiengesellschaft auch weiterhin in der Lage ist, qualifizierte Kandidat*innen für eine Mitgliedschaft im Aufsichtsrat der Gesellschaft zu gewinnen; hierdurch trägt die Aufsichtsratsvergütung nachhaltig zur Förderung der Geschäftsstrategie sowie zur langfristigen Entwicklung der Gesellschaft bei. Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder wird regelmäßig auch mit Blick auf ihre Angemessenheit überprüft.

Bis zum 30. Juni 2018 enthielt die Vergütung des Aufsichtsrats neben der Fixvergütung einen an der Dividende orientierten variablen Vergütungsbestandteil. Diese variable Vergütung betrug 1.000 € für jeden Cent, um den die Dividende pro Aktie den Betrag von 0,25 € überstieg. Sie wurde zu 40 % nach der Entlastung eines Aufsichtsratsmitglieds durch die Hauptversammlung für das vergütete Geschäftsjahr (Ausgangsjahr) gezahlt. Der verbleibende Betrag wurde bzw. wird nach der Hauptversammlung ausgezahlt, auf der der Jahresabschluss für das dritte auf das Ausgangsjahr folgende Geschäftsjahr vorgelegt wurde bzw. wird, soweit die durchschnittliche Dividende für das Ausgangsjahr und die folgenden drei Geschäftsjahre nicht niedriger ist als die Dividende des Ausgangsjahres. 2021 haben einige amtierende und ausgeschiedene Mitglieder des Aufsichtsrats einen verbleibenden Teil dieser variablen Vergütung erhalten.

In der nachstehenden Tabelle wird die dem Aufsichtsrat gewährte und geschuldete Vergütung im Sinne von § 162 Abs. 1 AktG ausgewiesen, die im Geschäftsjahr 2021 gezahlt bzw. fällig wurde. Nach § 162 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 AktG sind dabei zudem die relativen Anteile von fester und variabler Vergütung angegeben. In der nachstehenden Tabelle wird daher der relative Anteil zwischen fester und variabler Vergütung, soweit für die Zeit bis zum 1. Juli 2018 gewährt, dargestellt. Bei der Festvergütung wird zudem der relative Anteil zwischen Fixum, Sitzungsgeld und Ausschussvergütung ausgewiesen.

Mitglieder des Aufsichtsrats erhielten von der Gesellschaft weder Kredite oder Vorschüsse, noch wurden zu ihren Gunsten Haftungsverhältnisse eingegangen. Auch haben Mitglieder des Aufsichtsrats keine Vergütungen oder Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen wie Beratungs- oder Vermittlungsleistungen erhalten.

Weitere Informationen
Vergütungsbericht

GESAMTVERGÜTUNG DES AUFSICHTSRATS FÜR DIE TÄTIGKEIT IM GESCHÄFTSJAHR 2021 (IN €)¹

	Fix		Sitzungsgeld		Ausschussvergütung		langfr. variable Vergütung (bis Juni 2018)		Gesamt	
	2020 ²	2021	2020	2021	2020	2021	aus 2017	aus 2018	2020	2021
Hong Chow	72.250	85.000	12.000	9.000	17.000	20.000	19.023	13.591	120.273	127.591
Relativer Anteil	60%	67%	10%	7%	14%	16%	16%	11%	100%	100%
Reiner Hansert	78.625	85.000	18.000	18.000	37.000	40.000	19.023	13.591	152.648	156.591
Relativer Anteil	52%	54%	12%	11%	24%	26%	12%	9%	100%	100%
Martin Hansson (Stellvertr. Vorsitzender)	108.375	127.500	20.000	18.000	-	-	-	7.546	128.375	153.046
Relativer Anteil	84%	83%	16%	12%	0%	0%	0%	5%	100%	100%
Wolfgang Herz	45.890	85.000	7.000	12.000	10.798	20.000	-	-	63.688	117.000
Relativer Anteil	72%	73%	11%	10%	17%	17%	0%	0%	100%	100%
Andreas Köhn (ab 01.04.2021)	-	64.041	-	7.000	-	15.068	-	-	-	86.109
Relativer Anteil	n/a	74%	n/a	8%	n/a	17%	n/a	0%	n/a	100%
Jan Koltze	72.250	85.000	7.000	8.000	-	-	-	-	79.250	93.000
Relativer Anteil	91%	91%	9%	9%	0%	0%	0%	0%	100%	100%
Dr. Dr. Christine Martel	72.250	85.000	15.000	13.000	85.000	100.000	27.229	13.591	199.479	211.591
Relativer Anteil	36%	40%	8%	6%	43%	47%	14%	6%	100%	100%
Olaf Papier	72.250	85.000	11.000	14.000	17.000	35.123	-	-	100.250	134.123
Relativer Anteil	72%	63%	11%	10%	17%	26%	0%	0%	100%	100%
Frédéric Pflanz	72.250	85.000	8.000	19.000	3.600	50.000	40.843	12.953	124.693	166.953
Relativer Anteil	58%	51%	6%	11%	3%	30%	33%	8%	100%	100%
Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender)	180.625	212.500	21.000	14.000	-	-	-	-	201.625	226.500
Relativer Anteil	90%	94%	10%	6%	0%	0%	0%	0%	100%	100%
Prof. Manuela Rousseau (Stellvertr. Vorsitzende)	117.938	127.500	10.000	11.000	-	-	27.229	13.591	155.167	152.091
Relativer Anteil	76%	84%	6%	7%	0%	0%	18%	9%	100%	100%
Regina Schillings (bis 01.04.2021)	72.250	21.425	15.000	6.000	34.000	9.973	-	-	121.250	37.398
Relativer Anteil	60%	57%	12%	16%	28%	27%	0%	0%	100%	100%
Kirstin Weiland	72.250	85.000	11.000	10.000	17.000	20.000	-	-	100.250	115.000
Relativer Anteil	72%	74%	11%	9%	17%	17%	0%	0%	100%	100%
Zwischensumme	1.037.203	1.232.966	155.000	159.000	221.398	310.164	133.347	74.863	1.546.948	1.776.993
<i>Vergütung an ausgeschiedene Aufsichtsratsmitglieder in 2021</i>										
Frank Ganschow (bis 17.04.2019)	-	-	-	-	-	-	27.229	13.591	27.229	13.591
Relativer Anteil	0%	n/a	0%	n/a	0%	n/a	100%	100%	100%	100%
Michael Herz (bis 29.04.2020)	26.522	-	5.000	-	6.240	-	27.229	13.591	64.991	13.591
Relativer Anteil	41%	n/a	8%	n/a	10%	n/a	42%	100%	100%	100%
Thorsten Irtz (bis 17.04.2019)	-	-	-	-	-	-	40.843	20.386	40.843	20.386
Relativer Anteil	0%	n/a	0%	n/a	0%	n/a	100%	100%	100%	100%
Matthias Locher (bis 17.04.2019)	-	-	-	-	-	-	27.229	13.591	27.229	13.591
Relativer Anteil	0%	n/a	0%	n/a	0%	n/a	100%	100%	100%	100%
Tomas Nieber (bis 17.04.2019)	-	-	-	-	-	-	27.229	13.591	27.229	13.591
Relativer Anteil	0%	n/a	0%	n/a	0%	n/a	100%	100%	100%	100%
Poul Weihrauch (bis 17.04.2019)	-	-	-	-	-	-	27.229	13.591	27.229	13.591
Relativer Anteil	0%	n/a	0%	n/a	0%	n/a	100%	100%	100%	100%
Gesamt	1.063.725	1.232.966	160.000	159.000	227.638	310.164	310.335	163.204	1.761.698	1.865.334

¹ Ausweis ohne Mehrwertsteuer.

² Im Rahmen des sogenannten Solidarpakts haben die Mitglieder des Aufsichtsrats als Reaktion auf die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie jeweils auf bis zu 20% ihrer Fix- und Ausschussvergütung verzichtet, die anteilig auf die Monate April bis Dezember 2020 entfiel.

Die nachstehende Tabelle enthält eine vergleichende Darstellung der jährlichen Veränderung der Aufsichtsratsvergütung, der Ertragsentwicklung der Gesellschaft und der durchschnittlichen Vergütung der Arbeitnehmer*innen

gegenüber dem Vorjahr gemäß § 162 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 AktG. Bezüglich der Einzelheiten der Ertragsentwicklung und der Mitarbeitendenvergütung wird auf die Ausführungen bei der Vergütung des Vorstands verwiesen.

VERGLEICH JÄHRLICHE VERÄNDERUNG DER AUFSICHTSRATVERGÜTUNG GEM. § 162 AKTG

Jährliche Veränderungen (in %)	2018 ggü. 2017	2019 ggü. 2018	2020 ggü. 2019	2021 ggü. 2020
Aufsichtsratsvergütung				
Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender seit 30.04.2008, Aufsichtsratsmitglied seit 30.05.2002)	24,3%	20,0%	-13,7%	12,3%
Hong Chow (seit 20.04.2017)	55,0%	17,6%	8,4%	6,1%
Reiner Hansert (seit 20.04.2017)	34,8%	22,5%	6,7%	2,6%
Martin Hansson (Stellvertr. Vorsitzender und Aufsichtsratsmitglied seit 25.04.2018)	n/a	7,9%	-13,6%	19,2%
Wolfgang Herz (seit 29.04.2020)	n/a	n/a	n/a	23,8%
Andreas Köhn (seit 01.04.2021)	n/a	n/a	n/a	n/a
Jan Koltze (seit 17.04.2019)	n/a	n/a	-13,9%	17,4%
Dr. Dr. Christine Martel (seit 26.04.2012)	43,1%	27,8%	-12,6%	6,1%
Olaf Papier (seit 17.04.2019)	n/a	n/a	-13,8%	33,8%
Frédéric Pflanz (seit 17.04.2019)	42,6%	65,0%	17,4%	33,9%
Prof. Manuela Rousseau (Stellvertr. Vorsitzende seit 17.04.2019, Aufsichtsratsmitglied seit 22.06.1999)	35,8%	29,3%	-1,3%	-2,0%
Regina Schillings (von 17.04.2019 bis 01.04.2021)	n/a	n/a	-11,9%	25,1%
Kirstin Weiland (seit 17.04.2019)	n/a	n/a	-12,7%	14,7%
<i>Vor 2021 ausgeschiedene Mitglieder</i>				
Frank Ganschow (bis 17.04.2019)	65,7%	85,3%	-51,5%	-50,1%
Michael Herz (bis 29.04.2020)	14,7%	12,4%	39,1%	-79,1%
Thorsten Irtz (bis 17.04.2019)	16,0%	76,8%	-49,1%	-50,1%
Matthias Locher (bis 17.04.2019)	65,7%	85,3%	-51,5%	-50,1%
Tomas Nieber (bis 17.04.2019)	23,5%	63,3%	-58,7%	-50,1%
Poul Weihrauch (bis 17.04.2019)	62,5%	83,3%	-48,8%	-50,1%
Ertragsentwicklung				
Jahresüberschuss nach HGB (Beiersdorf AG)	8,6%	-28,4%	2,9%	-36,9%
EBIT-Umsatzrendite (Unternehmensbereich Consumer)	+0,1%	-1,2%	-1,8%	-0,2%
Umsatzerlöse, organisch (Unternehmensbereich Consumer)	5,0%	4,8%	-6,6%	8,8%
Durchschnittliche Vergütung der Mitarbeitenden auf Vollzeitäquivalentbasis				
Vergütung Gesamtbelegschaft des Unternehmensbereichs Consumer (Deutschland)	1,0%	6,0%	3,1%	0,5%

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über die Prüfung des Vergütungsberichts nach § 162 Abs. 3 AktG

An die Beiersdorf Aktiengesellschaft

Prüfungsurteil

Wir haben den Vergütungsbericht der Beiersdorf Aktiengesellschaft, Hamburg, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 daraufhin formell geprüft, ob die Angaben nach § 162 Abs. 1 und 2 AktG im Vergütungsbericht gemacht wurden. In Einklang mit § 162 Abs. 3 AktG haben wir den Vergütungsbericht nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung sind im beigefügten Vergütungsbericht in allen wesentlichen Belangen die Angaben nach § 162 Abs. 1 und 2 AktG gemacht worden. Unser Prüfungsurteil erstreckt sich nicht auf den Inhalt des Vergütungsberichts.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Prüfung des Vergütungsberichts in Übereinstimmung mit § 162 Abs. 3 AktG unter Beachtung des IDW Prüfungsstandards: Die Prüfung des Vergütungsberichts nach § 162 Abs. 3 AktG (IDW PS 870) durchgeführt. Unsere Verantwortung nach dieser Vorschrift und diesem Standard ist im Abschnitt „Verantwortung des Wirtschaftsprüfers“ unseres Vermerks weitergehend beschrieben. Wir haben als Wirtschaftsprüferpraxis die Anforderungen des IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1) angewendet. Die Berufspflichten gemäß der Wirtschaftsprüferordnung und der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer/vereidigte Buchprüfer einschließlich der Anforderungen an die Unabhängigkeit haben wir eingehalten.

Verantwortung des Vorstands und des Aufsichtsrats

Der Vorstand und der Aufsichtsrat sind verantwortlich für die Aufstellung des Vergütungsberichts, einschließlich der dazugehörigen Angaben, die den Anforderungen des § 162 AktG entspricht. Ferner sind sie verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachten, um die Aufstellung eines Vergütungsberichts, einschließlich der dazugehörigen Angaben, zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob im Vergütungsbericht in allen wesentlichen Belangen die Angaben nach § 162 Abs. 1 und 2 AktG gemacht worden sind, und hierüber ein Prüfungsurteil in einem Vermerk abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung so geplant und durchgeführt, dass wir durch einen Vergleich der im Vergütungsbericht gemachten Angaben mit den in § 162 Abs. 1 und 2 AktG geforderten Angaben die formelle Vollständigkeit des Vergütungsberichts feststellen können. In Einklang mit § 162 Abs. 3 AktG haben wir die inhaltliche Richtigkeit der Angaben, die inhaltliche Vollständigkeit der einzelnen Angaben oder die angemessene Darstellung des Vergütungsberichts nicht geprüft.

Hamburg, den 18. Februar 2022
Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Jeschonneck **Siemer**
Wirtschaftsprüfer Wirtschaftsprüferin

Zehnjahresübersicht

(IN MIO. €)
(sofern nicht anders angegeben)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018 ⁴	2019 ^{3/4}	2020	2021
Umsatz	6.040	6.141	6.285	6.686	6.752	7.056	7.233	7.653	7.025	7.627
Veränderungen zum Vorjahr (nominal) (in %)	7,2	1,7	2,3	6,4	1,0	4,5	2,5	5,8	-8,2	8,6
Consumer	5.048	5.103	5.209	5.546	5.606	5.799	5.890	6.274	5.700	6.129
tesa	992	1.038	1.076	1.140	1.146	1.257	1.343	1.379	1.325	1.498
Europa ²	3.417	3.390	3.421	3.447	3.461	3.568	3.673	3.757	3.467	3.676
Amerika	1.149	1.092	1.116	1.243	1.252	1.307	1.267	1.372	1.347	1.527
Afrika/Asien/Australien ²	1.474	1.659	1.748	1.996	2.039	2.181	2.293	2.524	2.211	2.424
EBITDA	850	926	975	1.091	1.163	1.238	1.262	1.270	1.085	1.220
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	698	820	796	962	1.015	1.088	1.097	1.032	828	933
Ergebnis vor Steuern¹	713	815	811	968	1.040	1.022	1.048	1.037	821	907
Jahresüberschuss¹	454	543	537	671	727	689	745	736	577	655
Umsatzrendite nach Steuern (in %)	7,5	8,8	8,5	10,0	10,8	9,8	10,3	9,6	8,2	8,6
Ergebnis je Aktie ¹ (in €)	1,96	2,35	2,33	2,91	3,13	2,96	3,21	3,17	2,47	2,81
Dividendensumme Anteilseigner*innen	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
Dividende je Aktie (in €)	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70
Beiersdorf Aktie Jahresschlusskurs	61,88	73,64	67,42	84,16	80,60	97,90	91,16	106,65	94,44	90,38
Marktkapitalisierung am 31.12.	15.594	18.557	16.990	21.208	20.311	24.671	22.972	26.875	23.799	22.776
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	159	154	168	183	188	196	211	236	246	268
in % vom Umsatz	2,6	2,5	2,7	2,7	2,8	2,8	2,9	3,1	3,5	3,5
Mitarbeitende am 31.12.	16.605	16.708	17.398	17.659	17.934	18.934	20.059	20.654	20.306	20.567
Immaterielle Vermögenswerte	185	176	119	119	119	140	200	581	545	538
Sachanlagen	685	785	964	1.054	1.046	1.026	1.239	1.619	1.630	1.845
Langfristige finanzielle Vermögenswerte/Wertpapiere	712	804	1.059	1.318	1.919	2.554	2.642	2.830	3.462	3.990
Vorräte	734	733	786	772	739	854	986	1.012	1.001	1.144
Forderungen und sonstige Vermögenswerte ¹	2.446	2.316	2.426	2.692	2.878	2.730	2.874	2.861	2.563	2.747
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	834	984	976	918	872	901	919	1.145	1.005	1.036
Eigenkapital ¹	3.143	3.405	3.640	4.201	4.677	5.125	5.647	6.093	6.263	6.894
Fremdkapital ¹	2.453	2.393	2.690	2.672	2.896	3.080	3.213	3.961	3.942	4.405
Rückstellungen ¹	977	997	1.166	1.074	1.242	1.207	1.227	1.478	1.594	1.517
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.036	973	1.022	1.152	1.244	1.420	1.554	1.660	1.642	1.973
Sonstige Verbindlichkeiten ¹	440	423	502	446	410	453	443	823	704	915
Bilanzsumme¹	5.596	5.798	6.330	6.873	7.573	8.205	8.860	10.054	10.205	11.299
Eigenkapitalquote ¹ (in %)	56	59	58	61	62	62	64	61	61	61

¹ Die Werte für das Geschäftsjahr 2012 wurden aufgrund der rückwirkenden Anwendung von IAS 19 (2011) angepasst.

² Die Werte für das Geschäftsjahr 2012 wurden aufgrund der Umgliederung der türkischen Tochtergesellschaft des Unternehmensbereichs Consumer von Europa nach Afrika/Asien/Australien angepasst.

³ Die Werte für das Geschäftsjahr 2019 sind aufgrund der Erstanwendung des Leasingstandards IFRS 16 beeinflusst worden. Dies betrifft insbesondere folgende Positionen: EBITDA (+64 Mio. €), Sachanlagen (+177 Mio. €), Sonstige Verbindlichkeiten (+177 Mio. €) und daraus abgeleitete Kennzahlen.

⁴ Aufgrund der Finalisierung der Kaufpreisallokation des Coppertone-Geschäfts und einer Anpassung der Bewertung einer 2018 getätigten Akquisition im Unternehmensbereich tesa sind die Werte zum 31. Dezember 2018 sowie zum 31. Dezember 2019 geändert.

Anteilsbesitzliste

DEUTSCHLAND

Name der Gesellschaft	Sitz	Kapital- anteil (in %)
Produits de Beauté Produktions GmbH	Baden-Baden	100,00
Beiersdorf Manufacturing Berlin GmbH	Berlin	100,00
La Prairie Group Deutschland GmbH	Düsseldorf	100,00
Beiersdorf Beteiligungs GmbH	Gallin	100,00
Tape International GmbH	Gallin	100,00
tesa Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Gallin	100,00
Beiersdorf Customer Supply GmbH	Hamburg	100,00
Beiersdorf Dermo Medical GmbH	Hamburg	100,00
Beiersdorf Hautpflege GmbH	Hamburg	100,00
Beiersdorf Immo GmbH	Hamburg	100,00
Beiersdorf Immobilienentwicklungs GmbH	Hamburg	100,00
Beiersdorf Manufacturing Hamburg GmbH	Hamburg	100,00
Beiersdorf Shared Services GmbH	Hamburg	100,00
Next Commerce Accelerator Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG	Hamburg	9,90
Next Commerce Accelerator 2. Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG	Hamburg	4,78
Phanex Handelsgesellschaft mbH	Hamburg	100,00
T.D.G. Vertriebs GmbH & Co. KG	Hamburg	100,00
T.D.G. Vertriebs Verwaltungs GmbH	Hamburg	100,00
tesa Manufacturing Hamburg GmbH	Hamburg	100,00
tesa Werk Hamburg GmbH	Hamburg	100,00
Ultra Kosmetik GmbH	Hamburg	100,00
W5 Immobilien GmbH & Co. KG	Hamburg	100,00
WINGMAN-STUDIOS GmbH	Hamburg	100,00
tesa nie wieder bohren GmbH	Hanau	100,00
tesa Labtec GmbH	Langenfeld	100,00
tesa SE	Norderstedt	100,00
tesa Werk Offenburg GmbH	Offenburg	100,00
Beiersdorf Manufacturing Waldheim GmbH	Waldheim	100,00

EUROPA

Name der Gesellschaft	Sitz	Kapital- anteil (in %)
Beiersdorf CEE Holding GmbH	AT, Wien	100,00
Beiersdorf Ges mbH	AT, Wien	100,00
La Prairie Group Austria GmbH	AT, Wien	100,00
Skin Care Emerging Markets GmbH	AT, Wien	100,00
tesa GmbH	AT, Wien	100,00
S-Biomedic NV	BE, Berse	16,32
SA Beiersdorf NV	BE, Brüssel	100,00
tesa sa-nv	BE, Brüssel	100,00
Beiersdorf Bulgaria EOOD	BG, Sofia	100,00
Beiersdorf AG	CH, Basel	100,00
Swiss Cosmetics Production AG	CH, Berneck	35,00
tesa tape Schweiz AG	CH, Urdorf	100,00
La Prairie Group AG	CH, Volketswil	100,00
La Prairie Operations AG	CH, Volketswil	100,00
Laboratoires La Prairie SA	CH, Volketswil	100,00
Beiersdorf spol. s.r.o.	CZ, Prag	100,00
tesa tape s.r.o.	CZ, Prag	100,00
tesa A/S	DK, Allerød	100,00
Beiersdorf A/S	DK, Kopenhagen	100,00
Beiersdorf Manufacturing Argentona, S.L.	ES, Argentona	100,00
tesa tape S.A.	ES, Argentona	100,00
La Prairie Group Iberia S.A.U.	ES, Madrid	100,00
Beiersdorf Holding, S.L.	ES, Tres Cantos	100,00
Beiersdorf Manufacturing Tres Cantos, S.L.	ES, Tres Cantos	100,00
Beiersdorf S.A.	ES, Tres Cantos	100,00
Beiersdorf Oy	FI, Turku	100,00
tesa Oy	FI, Turku	100,00
La Prairie Group France S.A.S.	FR, Boulogne-Billancourt	100,00
tesa s.a.s.	FR, Lieusaint	100,00
Beiersdorf Holding France	FR, Paris	100,00
Beiersdorf s.a.s.	FR, Paris	99,91
Beiersdorf UK Ltd.	GB, Birmingham	100,00
FormFormForm Ltd.	GB, London	100,00
La Prairie (UK) Limited	GB, London	100,00
tesa UK Ltd.	GB, Milton Keynes	100,00
The Salford Valve Company Ltd.	GB, York	12,35
Beiersdorf Hellas A.E.	GR, Gerakas	100,00
tesa tape A.E.	GR, Gerakas	100,00
Beiersdorf d.o.o.	HR, Zagreb	100,00
Beiersdorf Kft.	HU, Budapest	100,00

Weitere Informationen
Anteilsbesitzliste

EUROPA (Fortsetzung)

Name der Gesellschaft	Sitz	Kapital- anteil (in %)
Tartsay Beruházó Kft.	HU, Budapest	100,00
tesa tape Ragasztószalag Termelő és Kereskedelmi Kft.	HU, Budapest	100,00
Alpa-BDF Ltd.	IL, Herzeliya	60,00
Beiersdorf ehf	IS, Reykjavík	100,00
Beiersdorf SpA	IT, Mailand	100,00
La Prairie SpA	IT, Mailand	100,00
Comet SpA	IT, Solbiate con Cagno	100,00
tesa SpA	IT, Vimodrone	100,00
Beiersdorf Kazakhstan LLP	KZ, Almaty	100,00
tesa tape UAB	LT, Wilna	100,00
Beiersdorf Holding B.V.	NL, Amsterdam	100,00
Beiersdorf NV	NL, Amsterdam	100,00
Skin Faculty B.V.	NL, Amsterdam	46,62
tesa Western Europe B.V.	NL, Amsterdam	100,00
tesa BV	NL, Hilversum	100,00
tesa TL B.V.	NL, Nijkerk	100,00
Beiersdorf AS	NO, Oslo	100,00
tesa AS	NO, Oslo	100,00
Beiersdorf Manufacturing Poznan Sp. z o.o.	PL, Posen	100,00
Beiersdorf Shared Services Poland Sp. z o.o.	PL, Posen	100,00
NIVEA Polska Sp. z o.o.	PL, Posen	100,00
tesa tape Sp. z o.o.	PL, Posen	100,00
Beiersdorf Portuguesa, Limitada	PT, Queluz	100,00
tesa Portugal - Produtos Adesivos, Lda.	PT, Queluz	100,00
Beiersdorf Romania s.r.l.	RO, Bukarest	100,00
tesa tape s.r.l.	RO, Cluj-Napoca	100,00
Beiersdorf d.o.o.	RS, Belgrad	100,00
Beiersdorf LLC	RU, Moskau	100,00
La Prairie Group (RUS) LLC	RU, Moskau	100,00
tesa tape OOO	RU, Moskau	100,00
Beiersdorf Aktiebolag	SE, Göteborg	100,00
Beiersdorf Nordic Holding AB	SE, Göteborg	100,00
tesa AB	SE, Kungsbacka	100,00
Beiersdorf d.o.o.	SI, Ljubljana	100,00
tesa tape posrednistvo in trgovina d.o.o. i.L.	SI, Ljubljana	100,00
Beiersdorf Slovakia, s.r.o.	SK, Bratislava	100,00
tesa Bant Sanayi ve Ticaret A.S.	TR, Istanbul	100,00
Beiersdorf Ukraine LLC	UA, Kiew	100,00

AMERIKA

Name der Gesellschaft	Sitz	Kapital- anteil (in %)
Beiersdorf S.A.	AR, Buenos Aires	100,00
tesa tape Argentina S.R.L.	AR, Buenos Aires	100,00
Beiersdorf S.R.L.	BO, Santa Cruz de la Sierra	100,00
tesa Brasil Ltda.	BR, Curitiba	100,00
Beiersdorf Indústria e Comércio Ltda.	BR, Itatiba	100,00
BDF NIVEA LTDA.	BR, São Paulo	100,00
Beiersdorf Canada Inc.	CA, Saint-Laurent	100,00
tesa tape Chile S.A.	CL, Las Condes	100,00
Beiersdorf S.A.	CL, Maipú	100,00
Beiersdorf Chile S.A.	CL, Providencia	100,00
Beiersdorf S.A.	CO, Bogotá	100,00
tesa tape Colombia Ltda.	CO, Cali	100,00
BDF Costa Rica, S.A.	CR, San José	100,00
Beiersdorf, SRL	DO, Santo Domingo	100,00
Beiersdorf S.A.	EC, Quito	100,00
BDF Centroamérica, S.A.	GT, Guatemala-Stadt	100,00
tesa tape Centro América S.A.	GT, Guatemala-Stadt	100,00
BDF México, S.A. de C.V.	MX, Mexiko-Stadt	100,00
tesa tape México, S.A. de C.V.	MX, Mexiko-Stadt	100,00
Beiersdorf Manufacturing México, S.A. de C.V.	MX, Silao	100,00
BDF Panamá, S.A.	PA, Panama-Stadt	100,00
Beiersdorf S.A.C.	PE, Lima	99,81
Beiersdorf S.A.	PY, Asunción	100,00
BDF El Salvador, S.A. de C.V.	SV, San Salvador	100,00
tesa tape inc.	US, Charlotte, NC	100,00
Beiersdorf Manufacturing, LLC	US, Cleveland, TN	100,00
LaPrairie.com LLC	US, Edison, NJ	100,00
La Prairie, Inc.	US, New York City, NY	100,00
Functional Coatings LLC	US, Newburyport, MA	100,00
tesa TL LLC	US, Newnan, GA	100,00
tesa Plant Sparta LLC	US, Sparta, MI	100,00
Beiersdorf, Inc.	US, Stamford, CT	100,00
Beiersdorf North America Inc.	US, Stamford, CT	100,00
Sugru Inc.	US, Wilmington, DE	100,00
tesa Functional Coatings Inc. USA	US, Wilmington, DE	100,00
Beiersdorf S.A.	UY, Montevideo	100,00
Beiersdorf S.A.	VE, Caracas	100,00

Weitere Informationen
Anteilsbesitzliste

AFRIKA/ASIEN/AUSTRALIEN

Name der Gesellschaft	Sitz	Kapital- anteil (in %)
Beiersdorf Middle East FZCO	AE, Dubai	100,00
Beiersdorf Near East FZ-LLC	AE, Dubai	100,00
Beiersdorf Australia Ltd.	AU, North Ryde, NSW	100,00
Beiersdorf Health Care Australia Pty. Ltd.	AU, North Ryde, NSW	100,00
La Prairie Group Australia Pty. Ltd.	AU, Rosebery, NSW	100,00
tesa tape Australia Pty. Ltd.	AU, Sydney, NSW	100,00
Beiersdorf Hong Kong Limited	CN, Hongkong	100,00
La Prairie Hong Kong Limited	CN, Hongkong	100,00
tesa tape (Hong Kong) Limited	CN, Hongkong	100,00
Beiersdorf Trading (Shanghai) Co., Ltd.	CN, Shanghai	100,00
La Prairie (Shanghai) Co., Ltd.	CN, Shanghai	100,00
NIVEA (Shanghai) Company Limited	CN, Shanghai	100,00
tesa tape (Shanghai) Co., Ltd.	CN, Shanghai	100,00
tesa Plant (Suzhou) Co., Ltd.	CN, Suzhou	100,00
tesa tape (Suzhou) Co., Ltd.	CN, Suzhou	100,00
Beiersdorf Daily Chemical (Wuhan) Co., Ltd.	CN, Wuhan	100,00
Beiersdorf Personal Care (China) Co., Ltd.	CN, Xiantao	100,00
Beiersdorf Egypt for Trading JSC	EG, Kairo	100,00
Beiersdorf LLC	EG, Kairo	100,00
Beiersdorf Nivea Egypt LLC	EG, Kairo	100,00
Beiersdorf Ghana Limited	GH, Accra	100,00
P.T. Beiersdorf Indonesia	ID, Jakarta	80,00
Beiersdorf India Pvt. Limited	IN, Mumbai	51,00
Beiersdorf India Service Private Limited	IN, Mumbai	100,00
NIVEA India Pvt. Ltd.	IN, Mumbai	100,00
tesa tapes (India) Private Limited	IN, Navi Mumbai	100,00
Beiersdorf Holding Japan Yugen Kaisha	JP, Tokio	100,00
La Prairie Japan K.K.	JP, Tokio	100,00
Nivea-Kao Co., Ltd.	JP, Tokio	60,00
tesa tape KK	JP, Tokio	100,00
Beiersdorf East Africa Limited	KE, Nairobi	100,00
Alkynes Co. Ltd.	KR, Gyeonggi-do	31,43
Beiersdorf Korea Limited	KR, Seoul	100,00
La Prairie Korea Limited	KR, Seoul	100,00
LYCL Inc.	KR, Seoul	24,09
tesa tape Korea Limited	KR, Seoul	100,00
Beiersdorf S.A.	MA, Casablanca	100,00
Beiersdorf (Myanmar) Ltd.	MM, Rangun	100,00
tesa tape (Malaysia) Sdn. Bhd.	MY, Bandar Baru Bangi	96,25

AFRIKA/ASIEN/AUSTRALIEN (Fortsetzung)

Name der Gesellschaft	Sitz	Kapital- anteil (in %)
tesa tape Industries (Malaysia) Sdn. Bhd.	MY, Bandar Baru Bangi	96,25
Beiersdorf (Malaysia) SDN. BHD.	MY, Petaling Jaya	100,00
Beiersdorf Nivea Consumer Products Nigeria Limited	NG, Lagos	100,00
Beiersdorf Philippines Incorporated	PH, Bonifacio Global City	100,00
Beiersdorf Pakistan (Private) Limited	PK, Lahore	100,00
Turath Al-Bashara for Trading Limited (Skin Heritage for Trading)	SA, Jeddah	70,00
Beiersdorf Singapore Pte. Ltd.	SG, Singapur	100,00
tesa tape Asia Pacific Pte. Ltd.	SG, Singapur	100,00
Beiersdorf (Thailand) Co., Ltd.	TH, Bangkok	100,00
tesa tape (Thailand) Limited	TH, Bangkok	90,57
NIVEA Beiersdorf Turkey Kozmetik Sanayi ve Ticaret A.S.	TR, Istanbul	100,00
La Prairie (Taiwan) Limited	TW, Taipeh	100,00
NIVEA (Taiwan) Ltd.	TW, Taipeh	100,00
tesa Site Haiphong Company Limited	VN, Haiphong	100,00
tesa Vietnam Limited	VN, Hanoi	100,00
Beiersdorf Vietnam Limited Liability Company	VN, Ho-Chi-Minh-Stadt	100,00
Beiersdorf Consumer Products (Pty.) Ltd.	ZA, Umhlanga	100,00

Impressum

→ Herausgeber

Beiersdorf Aktiengesellschaft
Unnastraße 48
20245 Hamburg
Deutschland

→ Mitarbeit

Gestaltung/Realisierung
3st kommunikation, Mainz

Satz
Knecht GmbH, Ockenheim

→ Redaktion und Konzept

Corporate Communications
Telefon: +49 40 4909-2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com

→ Weitere Informationen

Corporate Communications
Telefon: +49 40 4909-2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com

Investor Relations
Telefon: +49 40 4909-5000
E-Mail: investor.relations@beiersdorf.com

Beiersdorf im Internet
www.beiersdorf.de

Unter der Beachtung von Nachhaltigkeitsaspekten wird der Geschäftsbericht zukünftig nicht mehr als Printversion, sondern ausschließlich als Onlineversion zur Verfügung gestellt. Die Onlineversionen der Beiersdorf Finanzpublikationen stehen unter www.beiersdorf.de/finanzberichte zur Verfügung.

This Annual Report is also available in English.

Finanzkalender

2022

14. April

Hauptversammlung

28. April

Quartalsmitteilung
Januar bis März 2022

4. August

Halbjahresbericht
2022

27. Oktober

Quartalsmitteilung
Januar bis September 2022

2023

Februar/März

Veröffentlichung
Geschäftsbericht 2022,
Bilanzpressekonferenz,
Finanzanalystenkonferenz

April

Hauptversammlung

April/Mai

Quartalsmitteilung
Januar bis März 2023

August

Halbjahresbericht
2023

Oktober

Quartalsmitteilung
Januar bis September 2023

Beiersdorf

Beiersdorf Aktiengesellschaft
Unnastraße 48, 20245 Hamburg, Deutschland
Tel.: +49 40 4909-0, Fax: +49 40 4909-3434
Internet: www.beiersdorf.de