

Beiersdorf



FORMULA FOR
SUSTAINABLE GROWTH

GESCHÄFTSBERICHT
2022



Beiersdorf 2022

Kennzahlen im Überblick

		2021	2022
Umsatz Konzern	(in Mio. €)	7.627	8.799
Veränderungen zum Vorjahr (organisch)	(in %)	9,7	10,2
Veränderungen zum Vorjahr (nominal)	(in %)	8,6	15,4
Umsatz Consumer	(in Mio. €)	6.129	7.131
Veränderungen zum Vorjahr (organisch)	(in %)	8,8	10,5
Veränderungen zum Vorjahr (nominal)	(in %)	7,5	16,3
Umsatz tesa	(in Mio. €)	1.498	1.668
Veränderungen zum Vorjahr (organisch)	(in %)	13,6	8,8
Veränderungen zum Vorjahr (nominal)	(in %)	13,1	11,3
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	(in Mio. €)	993	1.158
EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte)	(in %)	13,0	13,2
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	(in Mio. €)	933	1.092
EBIT-Umsatzrendite	(in %)	12,2	12,4
Jahresüberschuss	(in Mio. €)	655	771
Umsatzrendite nach Steuern	(in %)	8,6	8,8
Ergebnis je Aktie	(in €)	2,81	3,33
Dividendensumme	(in Mio. €)	159	159
Dividende je Aktie	(in €)	0,70	0,70
Brutto-Cashflow	(in Mio. €)	897	1.084
Investitionen¹	(in Mio. €)	413	1.137
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	(in Mio. €)	268	291
Mitarbeitende	(Anzahl am 31.12.)	20.567	21.401

¹ Die Angabe umfasst die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen inklusive der Akquisitionen.

INHALT

AN DIE AKTIONÄR*INNEN

- S. 42 Brief des Vorstandsvorsitzenden
- S. 45 Beiersdorf Aktie und Investor Relations
- S. 48 Bericht des Aufsichtsrats

ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

S. 54 GRUNDLAGEN DES KONZERNS

- S. 54 Geschäft und Strategie
- S. 60 Forschung und Entwicklung
- S. 73 Menschen bei Beiersdorf
- S. 90 Nachhaltigkeit

S. 91 NICHTFINANZIELLE ERKLÄRUNG

S. 143 WIRTSCHAFTSBERICHT

- S. 143 Wirtschaftliches Umfeld
- S. 146 Ertragslage
- S. 156 Vermögenslage
- S. 157 Finanzlage
- S. 158 Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage
- S. 159 Beiersdorf AG
- S. 162 Risikobericht
- S. 171 Prognosebericht

S. 175 WEITERE ANGABEN

- S. 175 Erklärung zur Unternehmensführung
- S. 192 Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen
- S. 192 Übernahmerechtliche Angaben
- S. 195 Bericht zur Gleichstellung und Entgeltgleichheit

KONZERN- ABSCHLUSS

S. 199 KONZERNABSCHLUSS

- S. 199 Gewinn- und Verlustrechnung
- S. 199 Gesamtergebnisrechnung
- S. 200 Bilanz
- S. 201 Kapitalflussrechnung
- S. 202 Eigenkapitalveränderungsrechnung

S. 203 KONZERNANHANG

- S. 203 Segmentberichterstattung
- S. 204 Regionale Berichterstattung
- S. 205 Grundlagen und Methoden
- S. 216 Konsolidierungskreis, Akquisitionen und Divestments
- S. 218 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
- S. 223 Erläuterungen zur Bilanz
- S. 245 Sonstige Angaben
- S. 251 Nachtragsbericht
- S. 252 Organe der Beiersdorf AG

S. 254 BESTÄTIGUNGEN

- S. 254 Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers
- S. 266 Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers
- S. 269 Versicherung des Vorstands

WEITERE INFORMATIONEN

S. 271 VERGÜTUNGSBERICHT

S. 300 ZEHNJAHRESÜBERSICHT

S. 301 ANTEILSBESITZLISTE

S. 307 IMPRESSUM

S. 308 FINANZKALENDER



Seite 6

GROWTH BY SUSTAINABILITY



Seite 10

GROWTH BY BRAND PURPOSE



Seite 14

GROWTH BY INNOVATION



Seite 18

GROWTH BY EMERGING MARKETS



Seite 22

GROWTH BY PEOPLE



Seite 28

GROWTH BY DIGITALIZATION



Seite 34

GROWTH BY TECHNOLOGY





FORMULA FOR **SUSTAINABLE GROWTH**

Seit über 140 Jahren spielen Formeln
für uns eine herausragende Rolle:
Sie sind die Grundlage unserer Produkte -
und damit unseres Erfolgs.

Unsere Formel für nachhaltiges Wachstum
ist unsere Strategie C.A.R.E.+.
Mit ihr haben wir klare strategische
Prioritäten gesetzt. Unser Anspruch:
langfristig mehr Werte schaffen für Mensch
und Gesellschaft.



Growth by sustainability

Natur
+
Innovation
=
Zukunft



Mit der Überarbeitung von NIVEA Soft ist Beiersdorf im vergangenen Geschäftsjahr ein großer Schritt in Richtung Nachhaltigkeit gelungen: Die neue Formel des weltweit beliebten Hautpflegeklassikers setzt auf natürliche Inhaltsstoffe – und reduziert dabei auch deutlich die CO₂-Emissionen.

DIE PERFEKTE FORMEL

Mehr als 2.000 Formelprototypen, über 9.000 Produkttester*innen und rund vier Jahre intensive Forschung: „Um die perfekte Formel für die neue NIVEA Soft zu finden, haben zahlreiche Kolleg*innen aus unterschiedlichen Abteilungen eng zusammengearbeitet“, sagt Dr. Silke Garmatz, Managerin Body, Creme und Hand bei Beiersdorf. „Unser gemeinsames Ziel: eine NIVEA Soft, die aus möglichst vielen Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs besteht. Denn natürliche Inhaltsstoffe reduzieren in aller Regel den ökologischen Fußabdruck eines Produkts durch geringere CO₂-Emissionen - und darum geht es uns bei unserer Transformation und der Erreichung unseres ambitionierten Klimaziels.“

Intensive Produkttests

Doch Inhaltsstoffe lassen sich nicht so einfach austauschen. Denn zunächst müssen Alternativen gefunden werden, die nicht nur nachhaltiger, sondern auch genauso sicher, wirksam und funktional sind wie die bisherigen. „Außerdem müssen sie sich mit den anderen Formelbestandteilen vertragen und dem gewohnten und geschätzten sensorischen Erlebnis für die Verbraucher*innen entsprechen“, sagt Wei Tang, R&D Engineer bei Beiersdorf. Aus diesem Grund veränderte die erfahrene Produktentwicklerin gemeinsam mit ihren Kolleg*innen die Formelprototypen über Jahre immer wieder und überprüfte die Eigenschaften und die Sensorik mithilfe von Tausenden Produkttests. Doch damit nicht genug: Bei der Überarbeitung der NIVEA Soft Formel waren außerdem zahlreiche produktionstechnische Herausforderungen zu berücksichtigen: Stehen mögliche neue Inhaltsstoffe überhaupt in ausreichender Menge

NIVEA SOFT



Wei Tang,
R&D Engineer



Dr. Silke Garmatz,
Managerin Body,
Creme und Hand



40 %
weniger
CO₂-
Emissionen

95 %
natürliche
Inhaltsstoffe

98 %
biologisch
abbaubar

100 %
natürliches
Jojobaöl

Die weiterentwickelte NIVEA Soft wirkt jetzt noch länger - und spendet der Haut 48 Stunden intensive Feuchtigkeit

zur Verfügung? Welche patentrechtlichen Fragen sind zu klären? Wie wirken sich neue Inhaltsstoffe und neue Bezugsquellen auf die Logistik- und die Herstellungsprozesse aus? Und können die erforderlichen Anpassungen in allen Produktionszentren vorgenommen werden?

40% weniger CO₂-Emissionen

Nach Klärung all dieser Fragen war es im Juni 2022 dann so weit: Die weiterentwickelte NIVEA Soft wurde in mehreren europäischen Ländern gelauncht. Durch ihre klimafreundlichere Formel fallen ihre CO₂-Emissionen um rund 40% geringer aus. Sie enthält 100% natürliches Jojobaöl

und ist zu 98% biologisch abbaubar. Durch die neue Formel hat sich auch die Feuchtigkeitsversorgung weiter verbessert: Durch die Verwendung von Ölen, die aus natürlichen Quellen stammen, dringt die NIVEA Soft noch tiefer in die Haut ein und stärkt die Hautbarriere. Dadurch wird die Haut nun 48 Stunden mit Feuchtigkeit versorgt - das ist doppelt so lange wie bisher -, ein Mehrwert also nicht nur für die Umwelt, sondern auch für die Verbraucher*innen.

Weitere Formeln im Fokus

„Ein so erfolgreiches Produkt, das Millionen von Verbraucher*innen weltweit seit Jahrzehnten nutzen und lieben, in seiner Formel so umfassend zu überarbeiten, ist mit immenssem Aufwand verbunden“, erläutert Dr. Garmatz. „Doch gerade deshalb, weil die NIVEA Soft eines unserer meistverkauften Produkte ist, erzielen wir mit der CO₂-reduzierten Formel eine erhebliche Nachhaltigkeitswirkung.“

Während die weiterentwickelte NIVEA Soft nun Schritt für Schritt in allen Märkten eingeführt wird, arbeiten Dr. Garmatz und ihr Team bereits an der Überarbeitung weiterer Produktformeln. „Wir haben klar definiert, welche Inhaltsstoffe wir zukünftig durch nachhaltigere Alternativen ersetzen wollen. Diese Pläne setzen wir in den kommenden Jahren konsequent um. Denn es ist uns sehr wichtig, exzellente Hautpflege mit Umweltfreundlichkeit und Klimaschutz in Einklang zu bringen. Und es macht uns in der Forschung und Entwicklung natürlich stolz, wenn wir zu einem so großen und wichtigen Thema mit unserer Arbeit einen signifikanten Beitrag leisten können.“ ●



Anna Grassano,
Regional Vice
President
Marketing
Europe (links)
und Kerstin
Bird, Vice
President Brand
Leadership Unit
Face & Lip

Growth by brand purpose

Global
+
Digital
+
Nachhaltig
=
Erfolg



Weißer Schrift auf dunkelblauem Grund:
NIVEA gehört zu den bekanntesten und
beliebtesten Marken im Bereich Hautpflege.
Wohin entwickelt sich die Marke zukünftig?
Wo bestehen Wachstumspotenziale?

NIVEA gibt es als Marke seit 1905. Welche Bedeutung hat NIVEA heute für Beiersdorf?

Anna Grassano: NIVEA hat eine herausragende Bedeutung. Mit ihr ist es uns gelungen, eine ikonische Hautpflege-Marke zu entwickeln, auf die Millionen von Menschen Tag für Tag vertrauen. Sie ist die am häufigsten gewählte Hautpflege-Marke weltweit und besetzt in 23 Ländern die marktführende Position. Und sie ist - trotz der vielen anderen erfolgreichen Marken unseres Unternehmens - weiterhin und mit Abstand unser wichtigster Umsatzträger.

Wie hat sich NIVEA in den vergangenen Jahren entwickelt?

Anna Grassano: NIVEA hat sich in den vergangenen Jahren sehr erfolgreich entwickelt und ist in allen Regionen gewachsen, in denen wir präsent sind. Darüber hinaus konnten wir mit NIVEA insbesondere im Hautpflege-Markt unsere Marktanteile deutlich ausbauen - und dies besonders in den Kategorien Face Care, Body Care und Sun. Einer unserer größten Erfolge der letzten Zeit ist unsere bahnbrechende Innovation NIVEA CELLULAR LUMINOUS630®, mit der wir in kürzester Zeit ein neues Segment im Massenmarkt geschaffen haben, das sich mit der Reduzierung von Pigmentflecken beschäftigt. Heute befindet sich unter der Marke NIVEA ein breites Produktportfolio, das unterschiedlichste Bedürfnisse erfüllt.



NIVEA ist eine ikonische Marke - und rund um den Globus so beliebt wie nie zuvor.



**Anna Grassano,
Regional Vice President
Marketing Europe**



NIVEA

Nr. 1 der Hautpflege-Marken weltweit!

Wo sehen Sie weitere Möglichkeiten zu wachsen?

Kerstin Bird: Wachstumspotenziale sehen wir zunächst in den Ländern, in denen wir noch keine marktführenden Positionen besetzen. Hierzu zählen insbesondere China, USA und Indien. Große Chancen sehen wir auch im Angebot von Lösungen für Menschen mit einer melaninreichen Haut, also einer Haut, die zu Pigmentflecken neigt. Außerdem wollen wir zukünftig noch stärker jüngere Menschen ansprechen. Bei ihnen registrieren wir zwar ein hohes Interesse für Hautpflege, aber eine - im Vergleich zu älteren Personen - geringere Markenaffinität für NIVEA. Wachsen wollen wir außerdem über den Onlinevertrieb und über eine Intensivierung unseres Digitalmarketings, zum Beispiel über Precision-Marketing-Kampagnen. Und: Wir sind zuversichtlich, dass eine stärkere Führung von NIVEA als globale Marke ein wichtiger Treiber für unser zukünftiges Wachstum sein wird.

Was heißt das?

Kerstin Bird: Die zur Marke NIVEA gehörenden Produkte werden in ihren Märkten jeweils mit hoher Eigenverantwortung geführt. Wir wollen unseren Markenauftritt und unser Angebot in Zukunft noch klarer und konsequenter gestalten - und damit NIVEA als globale ikonische Marke weiter stärken. Dies wird sich insbesondere in unseren Innovationen und Kampagnen widerspiegeln. Der

Ansatz dabei: fewer, bigger, better. Das bedeutet, dass wir weniger neue Produkte und Kampagnen entwickeln und weltweit umsetzen, sondern sie größer und besser machen wollen. Dies wird nicht nur die Marke stärken, sondern auch unsere Effizienz verbessern. Wir haben bereits die notwendigen Anpassungen in der Marketing-Organisation vorgenommen, indem wir alle Innovationen in einen globalen Pipeline-Prozess integriert und einen Teil unserer globalen Teams auf vier Kontinente ausgedehnt haben. Dadurch können wir Bedürfnisse, Trends und Segmentverschiebungen schneller erkennen und verstehen.

Werden sich dadurch auch die Produkte selbst verändern?

Anna Grassano: Unsere Produkte, einschließlich ihrer Verpackungen, befinden sich derzeit ohnehin in einem größeren Veränderungsprozess. Denn wir wollen, dass sie nicht nur die Haut optimal pflegen, sondern auch die Umwelt möglichst wenig belasten. Daher überarbeiten wir derzeit intensiv unsere Formeln. Dabei setzen wir auf Inhaltsstoffe, die hohen Nachhaltigkeitsanforderungen entsprechen, ohne dass sich dadurch ihre gewohnte Qualität verändert. Gerade bei unserem NIVEA Soft Sortiment sind uns 2022 große Fortschritte gelungen. Die Erfahrungen, die wir hier gemacht haben, helfen uns dabei, die Marke NIVEA in den kommenden Jahren vollständig nachhaltig und damit zukunftssicher auszurichten. ●

QUELLE: EUROMONITOR INTERNATIONAL LIMITED; NIVEA ALS DACHMARKE IN DEN KATEGORIEN GESICHTS-, KÖRPER- UND HANDPFLEGE; HANDELSUMSATZ 2021.

”

Wir sehen viele Wachstumschancen für NIVEA. Diese werden wir nutzen, indem wir NIVEA noch stärker als globale Marke führen.

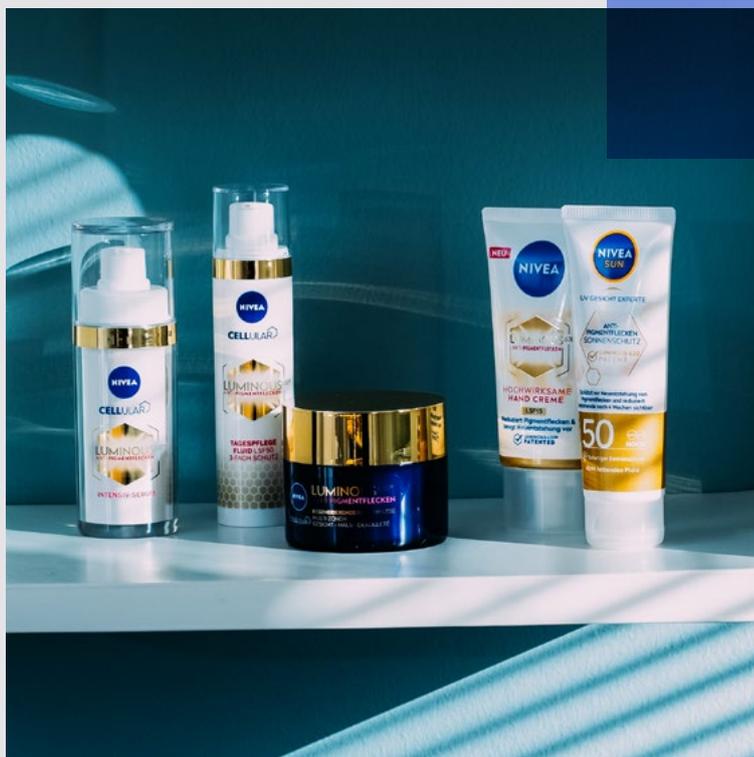
“

Kerstin Bird,
Vice President Brand Leadership
Unit Face & Lip



NIVEA SUN

Nr. 1 der Sonnenpflege-
marken weltweit²



NIVEA CELLULAR LUMINOUS630® ANTI- PIGMENTFLECKEN

Nr. 1 der Anti-Pigmentflecken-
Marken in Europa³

NIVEA Q10 ANTI-FALTEN POWER

Nr. 1 der Anti-Falten-
Marken weltweit⁴



² QUELLE: EUROMONITOR 2021; ³ QUELLE: NIELSEN GESICHTSPFLEGE SERUM KATEGORIE EUROPA, WERT UMSATZ/MÄRZ 2022; ⁴ QUELLE: NIELSEN GESICHTSPFLEGE SERUM KATEGORIE EUROPA, WERT UMSATZ/MÄRZ 2022; BASIEREND AUF DEFINIERTEN „ANTI-FALTEN“-PRODUKTEN. DATENBANK OHNE CHINA UND USA.



Growth by innovation

Kreativität + Kompetenz + Kollaboration = Vision

Von der Grundlagenforschung bis zur individuellen Produktadaption: Über 1.500 Mitarbeitende sind bei Beiersdorf Tag für Tag damit beschäftigt, neue Produkte zu entwickeln und bestehende zu verbessern. Über ein globales F&E-Netzwerk sind sie miteinander verbunden.



Das 2022 in den USA eingeführte Eucerin Sun Sortiment bietet mit fünf unterschiedlichen Antioxidantien einen Sonnenschutz, der auf unterschiedliche Hauttypen und -töne zugeschnitten ist.

GEMEINSAME ENTWICKLUNG

Am 19. Mai 2022 wurde in den Innovationszentren von Beiersdorf in Florham Park (New Jersey, USA) und in Hamburg gefeiert. Denn nach Jahren intensiver Forschung und der gemeinsamen Entwicklung von Rezepturen und Wirkstoffen wurde an diesem Tag die Eucerin Sun Produktlinie in den USA eingeführt. Sie ist im US-amerikanischen Markt die einzige dermatologische Sonnenpflugeserie, die Sonnenschutz für alle Hauttypen bietet - und mit ihren einzelnen Produkten auf spezielle Hauttypen eingeht.

Die besonderen Eigenschaften von Eucerin Sun sind das Ergebnis einer engen Zusammenarbeit zwischen den Dermatologie-Expert*innen in Hamburg und den Sonnenschutz-Spezialist*innen in Florham Park. Durch die Kombination der verschiedenen Disziplinen entstand ein Produkt, das in den USA, dem größten Markt für Sonnenschutzprodukte, neue Maßstäbe setzt und unerfüllte Bedürfnisse aufgreift. Bereits im ersten Jahr erzielte die neue Eucerin Sun Linie in den USA einen zweistelligen Millionen-Umsatz.

Globales Innovationsnetzwerk

Damit Innovationen dieser Art entstehen, setzt Beiersdorf auf intensiven Austausch und auf ein globales Netzwerk: Dieses besteht im Bereich Consumer insbesondere aus den drei Innovationszentren in Hamburg (Deutschland), Florham Park (New Jersey, USA) sowie Schanghai (China). Entwicklungszentren gibt es darüber hinaus in Brasilien, Indien und Japan. Auch wenn die Innovationszentren prinzipiell sehr ähnliche Aufgaben haben, führten insbesondere regio-



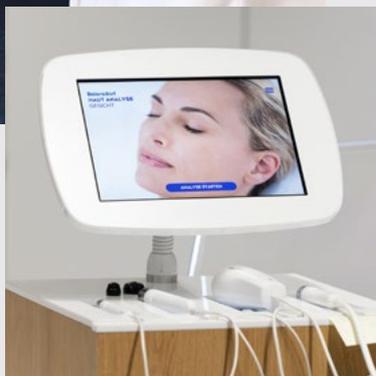


Dr. Heiner Max mit Annette Gronau-Horn (links) und Dr. Adalberto Piacentini (rechts)

Intensiver F&E-Austausch

„Diese unterschiedlichen Schwerpunkte steigern die Leistungsfähigkeit unserer F&E-Arbeit noch einmal deutlich“, sagt Dr. Heiner Max, Funktionsleiter F&E Derma. „Denn zum einen bringen wir so die richtigen Expert*innen an einen Ort. Und zum anderen profitieren alle von einem intensiven Austausch unterschiedlicher Erkenntnisse. Wir nennen das ‚Reverse Innovation‘: Erkenntnisse, die ein Innovationszentrum gewonnen hat, eröffnen häufig auch in anderen Regionen der Welt neue Perspektiven.“

Dies gilt insbesondere auch mit Blick auf Nachhaltigkeit. Der Anspruch: mit möglichst wenigen, nachhaltigen Inhaltsstoffen und ressourcenschonenden Verpackungen maximale Wirkung entfalten. „Beiersdorf gehört mit seinen Produkten in vielen Märkten zu den Vorreitern mit Blick auf Nachhaltigkeit“, so Max. „Mit unserer globalen Expertise und unserem hohen Nachhaltigkeitsanspruch sind wir dem Wettbewerb bereits sehr häufig voraus. Aber wir sind trotzdem noch lange nicht da, wo wir sein wollen.“



nale Anforderungen dazu, dass sich unterschiedliche F&E-Schwerpunkte in den Zentren gebildet haben. So befindet sich in den USA nicht nur ein Excellence Center für Sonnenschutz, sondern auch ein Team aus Spezialist*innen für nicht verschreibungspflichtige Präparate (OTC - Over the Counter). Das 2021 neu bezogene Innovationscenter in Florham Park verfügt daher über eine Infrastruktur, die den hohen Anforderungen an OTC-Produkte entspricht und optimale Bedingungen für die Entwicklung von Produkten für den US-amerikanischen Markt bietet.

In Schanghai liegt der Fokus der F&E-Aktivitäten dagegen auf Premium-Hautpflege. Denn Produkte für den Prestige- und den Masstige-Bereich (Prestige-Produkte für den Massenmarkt) werden in China von Jahr zu Jahr beliebter. Daher hat sich am dortigen Innovationscenter neben den Innovationsaktivitäten für den chinesischen Markt ein Kompetenzzentrum für Face-Premium-Produkte entwickelt.

”
Beiersdorf gehört mit seinen Produkten in vielen Märkten zu den Vorreitern mit Blick auf Nachhaltigkeit.

“
**Dr. Heiner Max,
 Funktionsleiter
 F&E Derma**

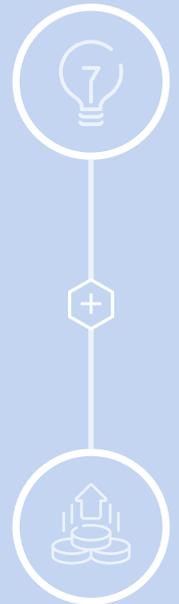
Für die Zukunft gilt auch mit Blick auf Innovationen: fewer, better, bigger. Ziel ist es, weniger, dafür aber bahnbrechende Innovationen zu entwickeln, die sich weltweit durchsetzen. Dabei setzt Max auf die hohe Expertise der F&E-Innovationszentren: „Gerade im Bereich Dermatologie betreiben wir Spitzenforschung. Verknüpfen wir die Forschungsergebnisse unserer Innovationszentren, entstehen dadurch neue Ansätze und Erkenntnisse. Die Entwicklung des Eucerin Sun Sortiments für den US-amerikanischen Markt hat gezeigt, welche Möglichkeiten durch einen engen Austausch unserer weltweiten F&E-Teams entstehen.“ ●



Growth by emerging markets

Idee
+
Investition
+
Mut
=
Potenziale

Hohes Wachstum und viele Perspektiven:
In Lateinamerika entwickeln sich die
Märkte für Beiersdorf seit Jahren sehr
dynamisch. Dies gilt insbesondere für Brasilien
und Mexiko - die beiden größten Märkte für
NIVEA und Eucerin in der Region.



HOHE NACHFRAGE

„Die Verbraucher*innen in Brasilien legen größten Wert auf Hautpflege und Schönheit“, sagt Jorge Jimenez, Vice President Marketing / Digital Emerging Markets bei Beiersdorf. „Eine Marktstudie fasst dies sehr gut zusammen: In Brasilien ist die Pflege der Haut eng mit Selbstvertrauen und Wohlbefinden verbunden. Und deshalb gibt es eine hohe Nachfrage nach Hautpflegeprodukten, die diesen Wunsch erfüllen.“

Inhaltsstoffe im Fokus

Die Corona-Pandemie hat diesen Trend noch verstärkt. Immer mehr Menschen in Brasilien vertrauen dabei auf Produkte, von denen sie sich eine hohe Wirkung versprechen. Weit mehr als früher beschäftigen sie sich mit den Inhaltsstoffen und

ENTWICKLUNGEN BEIERSDORF CONSUMER IN LATEINAMERIKA

+28,6%

organisches Umsatzwachstum (gegenüber 2021)

+41,1%

Wachstum im Bereich Gesichtspflege (gegenüber 2021)

+72%

Wachstum des E-Commerce-Geschäfts (gegenüber 2021)

hinterfragen auch deren Auswirkungen auf die Umwelt. Neben Produkten mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis erfreuen sich daher Premium- und Dermokosmetikmarken sowie Produkte mit natürlichen Inhaltsstoffen einer zunehmenden Beliebtheit.

„In Brasilien stehen unsere Marken NIVEA und Eucerin für hochwertige und vertrauenswürdige Produkte sowie für Nachhaltigkeit“, so Jimenez. „Und mit der Einführung von NIVEA LUMINOUS630® können wir mehr Verbraucher*innen dabei unterstützen, Pigmentflecken zu bekämpfen, und so unsere Position als Nr. 1 in der Gesichtspflege stärken.“



Jorge Jimenez,
Vice President Marketing /
Digital Emerging Markets



Aldo Barrientos,
General Manager
North LATAM



Andreas Kiehl,
Vice President Finance
Emerging Markets

Rekordumsätze in Mexiko

Noch positiver sind die Prognosen mit Blick auf Mexiko: Hier haben sich die Märkte 2022 rasant entwickelt – und Marktexpert*innen gehen davon aus, dass dieses Wachstum anhalten wird. „Wir konnten uns stets besser entwickeln als der Markt“, sagt Aldo Barrientos, General Manager North LATAM bei Beiersdorf. „Viele unserer ikonischen Produkte, zum Beispiel die NIVEA Body Milk, verzeichneten im letzten Jahr Rekordumsätze. Und die NIVEA Creme mit ihrer über 100-jährigen Geschichte dominiert den mexikanischen Markt mit fast 80% Marktanteil im Segment der Allzweckcremes.“

„Die Chancen, die sich in Lateinamerika für uns ergeben, wollen wir konsequent nutzen“, sagt Andreas Kiehl, Vice President Finance Emerging Markets bei Beiersdorf. Dazu sollen die Marken gestärkt, die Innovationen forciert und die Präsenz am Point of Sale ausgebaut werden. Auch der Onlinehandel soll intensiviert werden, denn E-Commerce hat in den lateinamerikanischen Ländern – nicht zuletzt durch die Coronapandemie – erheblich an Bedeutung gewonnen. „Wir haben daher unsere Investitionen in digitale Interaktionen deutlich erhöht und werden zukünftig noch umfassender auf intelligente Onlinekampagnen und das Precision Marketing setzen“, so Kiehl. ●



Growth by people

Vielfalt + Integration = Chance

Warum sind Vielfalt und Integration so wichtig? Und warum müssen diese gemanagt werden? Für Misel Ahom steht fest: Diversity & Inclusion (D&I) ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor - und entscheidend für das weitere Wachstum von Beiersdorf.





Warum legt Beiersdorf großen Wert auf Vielfalt in der Belegschaft?

Misel Ahom: Unsere Erfahrung zeigt: Wenn wir Menschen mit unterschiedlichen Perspektiven, Erfahrungen und Fähigkeiten in unserer Belegschaft haben, steigert dies unsere Kreativität und Innovationskraft. Es werden aufgrund der vielfältigen Problemlösungsansätze bessere Entscheidungen getroffen und wir haben eine engagiertere und motiviertere Belegschaft. Dies bestätigen auch immer mehr Forschungsergebnisse. So hat beispielsweise eine Studie von McKinsey aus dem Jahr 2018 ergeben, dass Unternehmen, die in Bezug auf ethnische und kulturelle Vielfalt im obersten Quartil liegen, mit 33% höherer Wahrscheinlichkeit eine überdurchschnittliche Rentabilität haben. Und ein Bericht von Deloitte aus dem Jahr 2019 kam zum Ergebnis, dass Unternehmen mit einem divers besetzten Vorstand eine höhere Eigenkapitalrendite und einen höheren Umsatz aufweisen als Unternehmen mit einem weniger diversen Vorstand. Im heutigen globalen und sich schnell verändernden Geschäftsumfeld ist D&I daher unerlässlich, um an der Spitze zu bleiben und sich an neue Herausforderungen anzupassen. Wir bei Beiersdorf sind davon überzeugt, dass D&I uns dabei hilft, in dieser zunehmend unbeständigen Welt wettbewerbsfähiger, innovativer, agiler und flexibler zu werden.

Wo kann sich Beiersdorf mit Blick auf Vielfalt noch verbessern?

Misel Ahom: Unser Ziel ist es, eine Führungs- und Mitarbeitendenbasis aufzubauen, die die Vielfalt unserer Konsument*innen und der Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, widerspiegelt, die Unterschiede akzeptiert und für Integration steht. All die oben genannten Vorteile kommen

nur dann zum Tragen, wenn wir auch eine Kultur der Inklusion und des Respekts schaffen. Daher wollen wir das Unternehmen der Wahl für diverse globale Talente werden, indem wir eine wirklich integrative „Wir“-Kultur etablieren, in der sich alle zugehörig fühlen und gleiche Chancen auf Erfolg haben. Wir müssen uns immer in Erinnerung rufen, dass Talente gleich verteilt sind, Chancen aber nicht. Talent und Potenzial unterscheiden sich jedoch nicht nach Geschlecht, Nationalität, ethnischer Zugehörigkeit, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung oder Identität. Es liegt also an uns sicherzustellen, dass wir ganz gezielt Zugang zu einem breiteren Pool an Talenten erhalten, zum bevorzugten Arbeitgeber werden und unserer Konkurrenz voraus sind. Kurz gesagt: Wir wollen die erste Adresse für diverse Talente sein!

Wie geht Beiersdorf dieses Ziel an?

Misel Ahom: D&I ist eine wichtige Säule innerhalb unserer Unternehmensstrategie und erhält vom Top-Topmanagement volle Unterstützung. Seit Januar 2021, als ich die Rolle des Global Director für D&I übernahm, haben wir ein dreiköpfiges Team, das sich ausschließlich darum kümmert, unsere D&I-Agenda



”

Wir wollen die erste Adresse für diverse Talente sein.

“

**Misel Ahom,
Global Diversity & Inclusion
Director**

voranzutreiben. Mit dieser personellen Ausstattung sind wir in der Lage, eine strategische Roadmap aufzustellen, klare und messbare Ziele für D&I zu setzen und den erzielten Fortschritt regelmäßig zu messen. Außerdem arbeiten wir intensiv daran, innerhalb der Organisation Überzeugungsarbeit zu leisten, nämlich dass D&I nicht nur ein HR-Thema, sondern auch ein Business-Thema und relevant für die gesamte Organisation ist. Denn D&I ist nicht nur aus der Mitarbeitendenperspektive, sondern auch mit Blick auf die Geschäftsentwicklung vorteilhaft. Da CARE in unserer Unternehmenskultur tief verwurzelt ist, unterstützen uns viele engagierte Kolleg*innen aus verschiedenen Funktionen und Regionen dabei, D&I fest bei Beiersdorf zu verankern.



Geschlechterverteilung nach Führungspositionen (in %)

	Männer	Frauen
Vorstand	62	38
1. Führungsebene	69	31
2. Führungsebene	52	48

**42 %
unserer
Führungs-
kräfte**

haben für mindestens drei Jahre im Ausland gelebt und gearbeitet.

Geschlechterverteilung nach Region (in %)

	Männer	Frauen
Deutschland	50	50
Europa (ohne Deutschland)	38	62
Nordamerika	37	63
Lateinamerika	46	54
Afrika/Asien/Australien	50	50
Weltweit	46	54

WICHTIGE IMPULSE AUS DEN COMMUNITYS

Sie heißen „BeYou“, „Working Parents“ oder „Mental Health at Beiersdorf“. Oder „BEN“ (Black Employee Network), „AEN“ (Asian Employee Network) oder „L.E.N.“ (Latin+ Employee Network). So unterschiedlich ihre Namen auch sind - sie verfolgen alle dasselbe Ziel: die vielfältigen Bedürfnisse der Mitarbeiter*innen aufzugreifen und so Vielfalt, Inklusion und Zugehörigkeit bei Beiersdorf zu fördern.

Diese Netzwerke - auch als Employee Resource Groups (ERG) bezeichnet - haben sich unter engagierten Mitarbeiter*innen bei Beiersdorf USA und Beiersdorf Kanada selbstständig gebildet. „Die ERG werden vom Unternehmen unterstützt, da sie das kulturelle Bewusstsein fördern, gegenseitige Unterstützung bieten und Perspektiven für die berufliche Entwicklung aufzeigen“, sagt Monique Forrest, Head of North America Legal Affairs bei Beiersdorf. „Denn in diesen Netzwerken tauschen sich die Mitarbeiter*innen über ihre Erfahrungen als Angehörige einer bestimmten Bevölkerungsgruppe aus, sprechen Verbesserungspotenziale an und entwickeln Vorschläge und Aktivitäten.“

Die Communitys sind außerdem eine gute Plattform, um sich mit den Kolleg*innen zu vernetzen, innovative Ideen zu entwickeln und kulturell zusammenzukommen. „Die ERG entwickeln sich so je nach den Bedürfnissen und Zielen ihrer Mitglieder kontinuierlich weiter“, so Monique Forrest.



Monique Forrest,
Head of North
America Legal Affairs
und Initiatorin des
Black Employee
Network

Von welchen Initiativen gehen die größten Effekte aus?

Misel Ahom: Da wir sehr viele Initiativen gestartet haben, ist dies schwer zu sagen. Aber wir sind sehr stolz darauf, dass drei der fünf Top-Stärken von Beiersdorf, die in unserer Teampulse-Umfrage zum Engagement der Mitarbeitenden ermittelt wurden, mit D&I zu tun haben und dabei deutlich über dem Benchmark liegen. Dies zeigt, dass unsere Bemühungen einen spürbaren Einfluss auf die Einstellungen und das Verhalten haben. Dies ist von entscheidender Bedeutung, denn wir sind fest davon überzeugt, dass wir gemeinsam stärker sind, wenn es darum geht, das Thema D&I voranzubringen. Aus diesem Grund unterstützt Beiersdorf aktiv unsere von den Mitarbeiter*innen geführten Communitys. Diese artikulieren die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter*innen und stellen sicher, dass sich unsere Mitarbeiter*innen unterstützen, verbunden und einbezogen

fühlen. So wurden beispielsweise die Initiative „Women in Leadership Convention“ und die Community „#SisterhoodisPower“ gegründet, um Frauen bei ihrer beruflichen Entwicklung zu unterstützen. Um das Bewusstsein für LGBTIQ+-Themen zu schärfen, entstand 2019 die Community „Be You @Beiersdorf“. Und die Netzwerke „New Generation 50+“, „WEnited“ und „DAD.icated“ bringen Communitys zusammen, die sich mit den Themen Alter, Internationalität und berufstätige Väter beschäftigen. Von allen diesen Netzwerken gehen zahlreiche wirkungsvolle Initiativen und Aktivitäten aus.

Welche Bedeutung haben die vielen Partnerschaften, die Beiersdorf im Rahmen seiner D&I-Aktivitäten unterhält?

Misel Ahom: Partnerschaften mit externen Organisationen, zum Beispiel mit anderen führenden Unternehmen, Netzwerken oder Nichtregierungsorganisationen, helfen uns

dabei, die D&I-Agenda gemeinsam voranzutreiben und ihre Wirkung sowohl innerhalb als auch außerhalb von Beiersdorf zu verstärken. Die Mitgliedschaft in LEAD oder BeyondGenderAgenda - beides Netzwerke, die D&I aktiv vorantreiben - bietet uns beispielsweise eine Plattform, auf der wir uns austauschen, Best Practices teilen und mit gleichgesinnten Personen und Organisationen zusammenarbeiten können, die ähnliche Ziele verfolgen. Dadurch wird sichergestellt, dass wir das Rad nicht neu erfinden und uns stattdessen auf die Bereiche konzentrieren, bei denen wir gemeinsam die größte Wirkung erzielen können. Alle Mitglieder arbeiten auf ein gemeinsames Ziel hin, bringen aber unterschiedliche Fachkenntnisse, Erfahrungen und Perspektiven ein. So entsteht ein starker Katalysator für Veränderungen. •



25,9
Afrika/Asien/
Australien

**Anteil der
Mitarbeitenden
der Gruppe
nach Regionen
(in %)**

56,5
Europa

17,6
Amerika

Weltweit sind bei
Beiersdorf Mitarbeitende aus

102
Nationen
tätig.

14
20-29 Jahre

**Altersstruktur
Unternehmens-
bereich
Consumer
Deutschland
(in %)**

1
≤ 19 Jahre

30
30-39 Jahre

8
≥ 60 Jahre

23
40-49 Jahre

24
50-59 Jahre



Growth by digitalization

Personalisierung
+
Erlebnis
+
Daten
=
Treue



Das Leben hat sich digitalisiert - und infolgedessen auch das Marketing und den Vertrieb revolutioniert. Onlineplattformen und E-Commerce sind im digitalen Zeitalter das neue Fernsehen und der neue Supermarkt.



Thorsten Schapmann,
Global Media
Director
(links) und
Axel Adida,
Chief Digital
Officer

VERÄNDERTES KONSUMVERHALTEN

„Die Verbraucher*innen haben ihr Mediennutzungsverhalten in den letzten Jahren erheblich verändert“, sagt Axel Adida, Chief Digital Officer bei Beiersdorf. „Onlineplattformen, wie Suchmaschinen, soziale Netzwerke oder Spiele, sind zunehmend Teil ihres Alltags. So nutzen beispielsweise in den USA bereits alle Personen unter 65 Jahren digitale Medien häufiger als das traditionelle Fernsehen. Nutzer*innen sozialer Netzwerke verbringen täglich rund 30 Minuten auf jeder der großen Plattformen wie Facebook, Instagram, YouTube oder TikTok. Und in den großen sozialen Netzwerken tummeln sich mittlerweile weltweit Milliarden von Menschen.“

Ein ähnlicher Digitalisierungstrend ist auch beim Einkaufen zu beobachten: Im E-Commerce hat sich ein bedeutender Markt für Schönheit und Hautpflege etabliert und zu erwarten ist, dass er sich in den kommenden Jahren weiter dynamisch entwickeln wird. „O + O + O“ (Online, Offline, Omnichannel) ist die neue Normalität: Der Onlinehandel ist nicht nur ein eigenständiger Kanal, sondern ergänzt auch zunehmend den klassischen Offlinehandel. Und auch Omnichannel-Angebote, die es – wie z.B. Click & Collect - Verbraucher*innen ermöglichen, Produkte online zu bestellen und im Geschäft abzuholen, sind bereits weit verbreitet.



”

Die Verbraucher*innen haben ihr Mediennutzungsverhalten in den letzten Jahren erheblich verändert. Onlineplattformen, wie Suchmaschinen, soziale Netzwerke oder Spiele, sind zunehmend Teil ihres Alltags.

“

Axel Adida, Chief Digital Officer

Digitale Plattformen mit ihren leistungsstarken Algorithmen bevorzugen Inhalte, die mit Blick auf die Bedürfnisse und Wünsche der Verbraucher*innen eine hohe Relevanz haben. Deshalb setzt Beiersdorf auf Precision Marketing. Das Ziel: die richtige Botschaft an die richtigen Menschen zur richtigen Zeit und über die richtige Plattform zu transportieren. Ein Beispiel hierfür ist die Kampagne für die NIVEA LUMINOUS630® Anti Pigmentflecken Serie. Sehr unterschiedliche Personengruppen sind von Pigmentflecken betroffen - und zwar aus sehr unterschiedlichen Gründen. „Daher entwickeln wir für jede Zielgruppe eigene Ansätze und gehen in unseren Precision-Marketing-Kampagnen auf die spezifischen Bedürfnisse der Verbraucher*innen ein: von sonnenbedingten Pigmentflecken, Altersflecken und Pickeln bis hin zu Augenringen und hormonell bedingten Pigmentflecken“, sagt Thorsten Schapmann, Global Media Director bei Beiersdorf.

Und da sich diese Verbraucher*innen auch in ihrem Kommunikationsverhalten unterscheiden, variieren auch Botschaften und Tonalität sowie die Kommunikationsmittel und -medien. „Von zentraler Bedeutung ist es, die

DA
T
A
T
E
N



SPEZIFISCHE UND PRÄZISE ANSPRACHE

Pigmentflecken können auf eine Vielzahl von Faktoren zurückgeführt werden. Zu den häufigsten gehören Sonneneinstrahlung, Hormone und das Alter. Daher wird auf die Anti-Pigmentflecken-Serie NIVEA LUMINOUS630® mit einem Precision-Marketing-Ansatz aufmerksam gemacht. So können verschiedene Personengruppen und ihre besonderen Bedürfnisse spezifischer angesprochen werden.



PERSONALISIERUNG



Zusammenstellung der Zielgruppen korrekt vorzunehmen und sie so gezielt wie möglich anzusprechen“, sagt Schapmann. „Leistungsfähige digitale Technologien sind hierbei entscheidend. Deshalb erproben wir ständig neue Ideen und innovative Weiterentwicklungen, um unsere Ansätze zu optimieren und unseren Verbraucher*innen so viele überzeugende Kund*innenerlebnisse wie möglich zu bieten.“

Wirksamere Info- und Aufklärungskampagnen

Auch die von Beiersdorf entwickelten Informations- und Aufklärungskampagnen nutzen die Vorteile des Precision Marketings: „NIVEA ist die Sonnenschutzmarke Nr. 1 in Europa“,



”

Wir erproben ständig neue Ideen und innovative Weiterentwicklungen, um unsere Ansätze zu optimieren und unseren Verbraucher*innen so viele überzeugende Kund*innen-erlebnisse wie möglich zu bieten.

“

**Thorsten Schapmann,
Global Media Director**

UNBE- SCHWERT IN DIE SONNE

Seit Jahren arbeitet Beiersdorf mit verschiedenen Krebshilfeorganisationen zusammen, um über die schädlichen Auswirkungen der Sonne und den richtigen Hautschutz aufzuklären. Dabei zeigt sich: Je genauer auf die individuellen Lebenssituationen eingegangen wird, desto aufmerksamkeitsstärker sind die Kampagnen. Deshalb setzt Beiersdorf auch bei Informations- und Aufklärungskampagnen auf den Precision-Marketing-Ansatz.

sagt Schapmann. „Wir haben daher nicht nur das Know-how; es ist uns auch wichtig, über den richtigen Haut- und Sonnenschutz aufzuklären. Zu diesem Zweck arbeiten wir in mehreren europäischen Ländern unter anderem mit Krebshilfeorganisationen zusammen, um darüber aufzuklären, wie man sich vor schädlicher Sonneneinstrahlung schützen kann.“ Um möglichst viele Menschen mit einer emotionalen und wirkungsvollen Botschaft zu erreichen, sind die Kampagnen auf unterschiedliche Lebensstile, Vorlieben und Bedürfnisse sowie auf ihre bevorzugten Medien zugeschnitten. Eine Familie im Strandurlaub wird daher mit anderen Kommunikationsinhalten und -formaten angesprochen als Menschen, die gerne wandern, joggen, Rad fahren oder Ski fahren.

Wachstum durch digitales Marketing

Wie die von Beiersdorf ermittelten Kennzahlen für verschiedene Märkte und Regionen eindeutig belegen, sind Precision-Marketing-Kampagnen um ein Vielfaches effektiver als herkömmliche Methoden. Eine vollständig digitale Kommunikation macht es zudem möglich, die Wirkung von Kampagnen detailliert zu messen und sie so in Bezug auf Kosten und Nutzen stetig zu optimieren. „Wir können klar nachweisen, dass Precision Marketing in den letzten Jahren einen wichtigen Beitrag dazu geleistet hat, unsere Marktanteile auszubauen und unser Budget noch effektiver zu steuern“, so Schapmann. „Deshalb werden wir digitale Technologien im Marketing künftig noch konsequenter und umfassender einsetzen - und damit noch präziser auf die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kund*innen in aller Welt eingehen.“ •





Growth by technology

Innovation + Zuverlässigkeit



Seit vielen Jahren gehört tesa zu den weltweit führenden Partnern der Automobilindustrie. Denn die innovativen Klebelösungen von tesa sind nicht nur überaus vielseitig - sie helfen der Branche auch dabei, die Mobilität der Zukunft zu gestalten.

LÖSUNG



ECHE MULTI- TALENTE

Klebebänder von tesa sind Multi-Talente: Im Büro und im eigenen Zuhause sollen sie vor allem befestigen und aufhängen, abdichten und isolieren, reparieren und renovieren. Die Industrie aber stellt noch ganz andere Ansprüche: Dort sollen sie unter anderem schwere Bauteile über Jahrzehnte verbinden, Strom leiten oder abschirmen, wie Stoßdämpfer wirken, zum Licht- und Wärme-management beitragen, flammenhemmend sein, sich rückstandslos ablösen lassen und vieles mehr.

Ideen für das Auto von morgen

tesa entwickelt daher jedes Jahr rund 100 neue Klebelösungen - viele davon für die Automobilbranche, die vor allem im Bereich der E-Mobilität mit neuen Anwendungen rasant vorschreitet. Denn Klebelösungen sind im Vergleich zu anderen Befestigungsmöglichkeiten oft leichter und günstiger. Dazu werden sie höchsten Anforderungen an Optik, Sicherheit und Flexibilität gerecht.

Daher arbeitet das Team mit vielen internationalen Automobilherstellern und deren Zulieferern zusammen. Rund 1.000 verschiedene Klebelösungen von tesa sind mittlerweile für industrielle Anwendungen im Automobilbereich auf dem Markt. Und es werden immer mehr, da sie mit ihren vielen Vorteilen dazu beitragen, Konzepte für die Mobilität der Zukunft zu verwirklichen.

Größere Freiheiten für Displays und Touchscreens

Dies zeigt sich beispielsweise an der steigenden Anzahl von Infotainment- und Assistenzsystemen im Auto: Mit den Acrylatschäumen aus dem tesa® ACX^{plus} Sortiment werden nicht nur mechanische Verbindungen bei der Montage von Displays und Touchscreens überflüssig. Sie können auch Fertigungstoleranzen der einzelnen Bauteile ausgleichen und unterschiedlichste Materialien fest miteinander verkleben. Und: Trotz ihrer hohen und langen Klebkraft lassen sie sich problemlos wieder ablösen, um elektronische Instrumententafeln austauschen und recyceln zu können.

Damit die Bildqualität der Displays und Touchscreens nicht beeinträchtigt wird, hat tesa außerdem optisch klare Klebebänder speziell für die Automobilbranche entwickelt: Mit ihnen können einzelne Schichten eines Anzeigegeräts dauerhaft und fest miteinander verbunden werden, ohne dass dadurch Brillanz und Helligkeit der Geräte leiden. Auch integrierte Curved Displays können so problemlos verklebt werden.



VERKLEBT UND MONTIERT

Eine voll automatisierte Montagelinie für Batteriepacks bietet der Automobilindustrie alles aus einer Hand. Mit tesa® ACX^{plus} 76730 Box Seal steuert tesa eine neue flexible Klebeanwendung bei, die Batteriepacks nicht nur verlässlich und sauber abdichtet, sondern auch Nachbesserungen und Demontagen ermöglicht.

KEINE GRENZEN FÜR DESIGN UND GESTALTUNG

Die Klebelösungen von tesa machen mechanische Verbindungen bei Displays und Touchscreens überflüssig. Mit den optisch klaren Klebebändern können außerdem mehrere Schichten eines Anzeigegeräts miteinander verklebt werden, ohne dass diese an Brillanz oder Helligkeit verlieren.



tesa hat seit mehr als 15 Jahren eine führende Position als Anbieter von Klebstofflösungen in der Elektronikindustrie. Auf dieser Expertise bauen wir auf, um hochmoderne Produkte für den Automobilmarkt im Bereich Displays und Sensoren zu entwickeln, wie z. B. ablösbare Klebebänder, die die Reparatur und das Recycling von Bauteilen ermöglichen und unseren Kunden zu mehr Nachhaltigkeit verhelfen. Darüber hinaus sehen wir großes Potenzial und Geschäftswachstum im Bereich der E-Mobilität: Sie eröffnet zahlreiche spannende Perspektiven für tesa.



David Caro, Corporate Vice President Automotive von tesa

Batteriepacks: voll automatisiert montiert

Auch in der Batterieherstellung werden innovative Klebelösungen immer häufiger eingesetzt – zur Montage, zur Isolierung, zum Wärme- management und zum Schutz. Mit tesa® ACX^{plus} 76730 Box Seal hat tesa in Kooperation mit weiteren Partnern jüngst sogar eine voll automatisierte Montagelinie für Batteriepacks auf den Markt gebracht. Automobilhersteller können mit diesem Angebot nun in Bezug auf die Verklebung und Montage der Batteriepacks alles aus einer Hand bekommen.

Die von tesa entwickelte Klebelösung kann dank ihrer Anschmiegsamkeit und Flexibilität dabei sowohl auf Batteriepacks mit Deckel angebracht werden als auch auf Batteriepacks, die direkt mit dem Fahrzeugunterboden verbunden sind. tesa® ACX^{plus} 76730 Box Seal erreicht eine einhundertprozentige Dichtigkeit, benötigt keine Aushärtezeiten und lässt sich unkompliziert automatisiert applizieren. Außerdem ermöglicht das innovative Produkt eine Demontage des Batteriepack-Deckels, um Nacharbeiten vorzunehmen und die Batteriesysteme leichter zu recyceln.

Mit Tapes vor Korrosion schützen

Eine zukunftsweisende Lösung für die Automobilindustrie hat tesa außerdem mit der automatischen Applikationseinheit tesa® EfficienSeal entwickelt: Mit ihr lassen sich Löcher in der Karosserie mithilfe von Klebepads vollautomatisch abdichten. Die Löcher, die für den Lackierprozess notwendig sind, werden häufig noch in Handarbeit mit Stopfen aus Kunststoff geschlossen, um die Karosserie vor Korrosion zu schützen.

Das von tesa entwickelte Verfahren beschleunigt diesen Vorgang nicht nur erheblich. Es positioniert auch mithilfe von Robotern die vollständig abdichtenden und dauerhaft klebenden Pads millimetergenau. Unge-sunde und monotone Arbeitsschritte werden dadurch vermieden und das Risiko, dass Stopfen fehlen oder falsch eingesetzt werden, wird deutlich reduziert. Von großem Vorteil ist außerdem: Die Klebepads sind sehr viel leichter als Stopfen aus Kunststoff und tragen so zu einem geringeren Gesamtgewicht des Fahrzeugs bei.

Multitalente mit großer Zukunft

Die zunehmende Elektromobilität eröffnet tesa vielfältige Chancen und Perspektiven: Gefragt sind neue Technologien und Materialien, die nicht nur das Gewicht eines Fahrzeugs reduzieren und schnell, effizient und dauerhaft Teile und Komponenten befestigen. Sie müssen auch den veränderten Anforderungen entsprechen, die durch einen elektrischen Antrieb entstehen, beispielsweise bei der Verklebung von Batteriezellen, zur feuerfesten Auskleidung von Batteriepacks oder der Isolation elektronischer Komponenten. Klebelösungen können all dies und noch sehr viel mehr. Als Multitalente wird ihr Stellenwert in der Automobilindustrie daher in den kommenden Jahren weiter zunehmen. •

UNSER MANAGEMENT TEAM





Leadership + Teamwork = Growth

Stehend (v. l. n. r.):

Patrick Rasquinet
Pharmacy & Selective

Nicola D. Lafrentz
Human Resources

Grita Loeb sack
NIVEA

Harald Emberger
VP Supply Chain,
Quality Management

Ramon A. Mirt
Emerging Markets

Sitzend (v. l. n. r.):

Oswald Barckhahn
Europe, USA &
Canada

Vincent Warnery
CEO

Astrid Hermann
Finance, tesa

Dr. Gitta Neufang
VP Research &
Development

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*innen 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 und Chantecaille den Markt der Selektivkosmetik.

Darüber hinaus ist Beiersdorf mit den Marken Hansaplast, auch bekannt als 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.



Eucerin®

Hansaplast

LA PRAIRIE
SWITZERLAND

C H A N T E C A I L L E

Aquaphor®
HEALING OINTMENT

Coppertone.

Labello®

8x4

atrix

HIDRO
FUGAL

Maestro
美寿

tesa



- S. 42 Brief des Vorstandsvorsitzenden
- S. 45 Beiersdorf Aktie und Investor Relations
- S. 48 Bericht des Aufsichtsrats

AN DIE AKTIONÄR*INNEN



Liebe Aktionär*innen, liebe Leser*innen,

ein ausgezeichnetes Geschäftsjahr 2022 schließt mit einem bemerkenswerten Resultat für unser Unternehmen: Erstmals seit mehr als zwei Jahrzehnten erzielte Beiersdorf organisch ein zweistelliges Umsatzwachstum. Dabei ist es uns gelungen in beiden Unternehmensbereichen stärker zu wachsen als wir es zu Beginn des Geschäftsjahres erwartet hatten. Dieses hervorragende Ergebnis zeigt eindeutig: Unsere Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ geht auf und unsere Marken sind selbst in unsicheren Zeiten stark und relevant wie eh und je.

Auf diese überaus positive Entwicklung sind wir sehr stolz, denn das Jahr 2022 war auch für Beiersdorf in vielerlei Hinsicht anspruchsvoll. Es war geprägt vom Krieg in der Ukraine, von geopolitischen Umbrüchen, von hohen Inflationsraten und dramatischen Kostensteigerungen sowie von zahlreichen Engpässen in der Lieferkette. Es war ein Jahr voller Unsicherheiten und multipler Krisen, die uns in nahezu allen Unternehmensteilen vor große Herausforderungen stellten. Trotz dieser widrigen Bedingungen haben wir uns mit unseren international führenden Marken wie NIVEA, Eucerin, La Prairie, Hansaplast und tesa behauptet: Sie stießen in allen Regionen auf eine steigende Nachfrage und konnten mitunter ihre Marktanteile sogar erheblich ausbauen.



Vincent Warnery, Vorstandsvorsitzender

Wachstum: Deutliche Steigerung von Umsatz und Ergebnis

In Zahlen erhöhte sich unser Konzernumsatz mit 8.799 Mio. € (Vorjahr: 7.627 Mio. €) nominal um 15,4 % und organisch um 10,2 %. Das Betriebsergebnis (EBIT) ohne Sondereffekte stieg auf 1.158 Mio. € (Vorjahr: 993 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 13,2 % (Vorjahr: 13,0 %). Auch in der Performance unseres Aktienkurses spiegelt sich unser Wachstum im Geschäftsjahr 2022 wider: Mit einem Jahresplus von 18,6 % ließen wir unsere nationalen und internationalen Mitbewerber hinter uns.

Im Unternehmensbereich Consumer stieg der Umsatz 2022 mit 7.131 Mio. € (Vorjahr: 6.129 Mio. €) nominal um 16,3 % und organisch um 10,5 %. Zu diesem Wachstum trugen alle Regionen und Marken bei. Besonders erfreulich ist es, dass unsere dermatologischen Hautpflegemarken Eucerin und Aquaphor zusammen erstmals einen nominalen Umsatz von mehr als 1 Mrd. € erreichten. Organisch stieg der Umsatz um 23,9 %, nominal lag er bei 1.026 Mio. € (Vorjahr: 790 Mio. €). Dieses Rekordergebnis zeugt von der Stärke unseres Derma-Geschäfts und dem Mehrwert unserer dermatologischen Hautpflegeprodukte für unsere Konsument*innen. Das EBIT ohne Sondereffekte für den Unternehmensbereich

Consumer erhöhte sich 2022 von 740 Mio. € auf 880 Mio. € bei einer EBIT-Umsatzrendite von 12,3 % (Vorjahr: 12,1 %).

Nach dem bereits erfolgreichen Geschäftsjahr 2021 erzielte der Unternehmensbereich tesa trotz eines weltweit schwierigen Marktumfelds einen Umsatz von 1.668 Mio. € (Vorjahr: 1.498 Mio. €). Das entspricht nominal einem Anstieg um 11,3 % und organisch um 8,8 %. Sowohl im Bereich Industry, in dem tesa Industriekunden mit spezialisierten Systemlösungen versorgt, als auch im Bereich Consumer - dem Geschäft mit Endkund*innen - steigerte tesa den Umsatz deutlich. Das EBIT ohne Sondereffekte für den Unternehmensbereich tesa verbesserte sich auf insgesamt 278 Mio. € (Vorjahr: 253 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 16,7 % (Vorjahr: 16,9 %).

Vorreiter in der Industrie

Große Anstrengungen haben wir 2022 auch in der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN unternommen. Deshalb sind wir stolz, von der renommierten Non-Profit-Organisation CDP mit einer „Triple-A“-Bewertung ausgezeichnet worden zu sein – eine wichtige Anerkennung unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen! Von über 15.000 Firmen weltweit, wurden wir als eines von nur 13 Unternehmen mit der dreifachen Bestnote für Zielsetzung, Fortschritt und Transparenz bei Klima, Wald und Wasser ausgezeichnet. In den vergangenen Jahren haben wir die Transformation unseres Unternehmens weltweit mit Nachdruck vorangetrieben. Die „Triple-A-Bewertung“ von CDP würdigt unsere Selbstverpflichtung, nicht nur mit ambitionierten Zielen, sondern auch mit konkreten Maßnahmen und einer transparenten Berichterstattung branchenweit eine Vorreiterrolle in puncto ökologischer Nachhaltigkeit zu übernehmen.

Auch die Digitalisierung unseres Unternehmens schreitet voran. Die Investitionen der vergangenen Jahre zahlen sich insbesondere mit Blick auf unser E-Commerce-Geschäft aus. Mit einem starken Wachstum von 17 % im vergangenen Geschäftsjahr gehören wir zu den Besten in unserer Branche. Bemerkenswert ist, dass unser Online-Geschäft weiterhin deutlich schneller wächst als der stationäre Handel – beinahe doppelt so schnell. Diese Entwicklung zeigt, dass der E-Commerce für unser Unternehmen immer wichtiger wird und wir unseren Erfolg auf dem digitalen Marktplatz kontinuierlich ausbauen.

Stärkung unserer Marktpositionen

Nach jahrelanger erfolgreicher Zusammenarbeit mit S-Biomedic haben wir im vergangenen Geschäftsjahr eine Mehrheitsbeteiligung an dem Life-Science-Unternehmen und Vorreiter auf dem Gebiet der Mikrobiom-Forschung erworben. Mit dieser Übernahme stärken wir unsere Expertise auf dem Gebiet der Aknebehandlung und steigern unsere Innovationskraft im Einklang mit unserer Strategie C.A.R.E.+ Wir freuen uns, unsere Kräfte in der dynamischen und vielversprechenden Hautmikrobiom-Forschung zu bündeln.

Mit dem Launch unserer Eucerin Sonnenschutzprodukte auf dem weltweit größten Sonnenschutz-Markt USA erschlossen wir weiteres Wachstumspotenzial. Darüber hinaus erweiterten wir unser Portfolio im Segment Prestige-Kosmetik und stärkten unsere Marktpositionen in den USA, China und Korea durch die Übernahme von Chantecaille Beaute Inc. (USA). Wir sind von dem enormen Potenzial dieser Marke überzeugt und wollen Chantecaille zu einem führenden Unternehmen für Premium-Kosmetik machen.

Für unsere Kernmarke NIVEA haben wir, wie angekündigt, ein neues Operating Model eingeführt, das sich bereits bei der Vermarktung unserer Derma-, Healthcare- und Luxus-Marken bewährt hat. Wir wollen zukünftig weniger, dafür aber bessere und größere Kampagnen für unsere Produkte entwickeln und umsetzen. Ziel ist es, mehr Klarheit und Konsistenz in unsere Botschaften zu bringen und damit den Markenauftritt von NIVEA weltweit zu stärken. Diesen Ansatz initiierten wir im vergangenen Jahr und wollen ihn 2023 mit vollem Tempo fortsetzen.

Kurs auf langfristiges Wachstum

2023 markiert ein besonderes Jahr für den Hauptsitz von Beiersdorf, denn wir beziehen unsere neue Konzernzentrale in Hamburg. Mit dem Bau legen wir den Grundstein für weiteres Wachstum. Dort schaffen wir mit dem Beiersdorf Campus ein zukunftsorientiertes Arbeitsumfeld und ein neues Zuhause für unsere Mitarbeitenden, das die einzigartige und traditionsreiche Geschichte unseres Unternehmens und seiner Marken widerspiegelt.

Das Wohl unserer Mitarbeitenden liegt uns am Herzen. Denn gerade die vergangenen Jahre mit ihren vielen Unsicherheiten und Krisen haben gezeigt, wie leidenschaftlich und loyal sich die Menschen bei Beiersdorf einbringen. Für dieses außergewöhnliche Engagement und die große Flexibilität sind wir ihnen unendlich dankbar. Wir sind stolz, mit einer so motivierten und kompetenten Belegschaft zusammenarbeiten zu dürfen.

Nicht zuletzt danken wir auch unseren Aktionär*innen für Ihr Vertrauen, Ihre Treue und Ihre kritische Begleitung.

Auch das Geschäftsjahr 2023 wird von zahlreichen Verwerfungen an den Märkten und Unsicherheiten geprägt sein. Dennoch bin ich überzeugt, dass wir weiterhin profitables Wachstum erzielen und Mehrwert für unsere Stakeholder*innen und Verbraucher*innen schaffen werden. Mit unserer starken Performance im Geschäftsjahr 2022 haben wir den Grundstein für eine vielversprechende Zukunft gelegt - und ich bin gespannt, was das neue Jahr bringen wird.

Ihr



Vincent Warnery

Vorsitzender des Vorstands

Beiersdorf Aktie und Investor Relations

Im Jahr 2022 wurden die Kapitalmärkte von der Inflation und von der Zinspolitik der Notenbanken dominiert. Während zu Beginn des Jahres noch eine wirtschaftliche Erholung durch die Normalisierung des Lebens nach der Pandemie erwartet worden war, überschattete der Russland-Ukraine-Konflikt sehr schnell diese positiven Entwicklungen. Der Krieg löste Verknappungen und Preissteigerungen an den ohnehin bereits auf hohem Niveau handelnden Rohstoffmärkten aus, insbesondere im Energiesektor. Sowohl in Europa, das stark abhängig vom russischen Energiesektor war, als auch in den USA vermehrten sich die Anzeichen für eine Rezession, und es wurde im zweiten Halbjahr ein signifikanter Anstieg der Inflationsrate verzeichnet. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, revidierten die Zentralbanken ihren Kurs der Niedrigzinspolitik und hoben die Zinsen in den USA und Europa stark an. Weitere Zinsschritte für das Jahr 2023 wurden dabei bereits angekündigt.

In vielen Teilen der Welt spielte die Pandemie auch im Jahr 2022 eine dominante Rolle. So war die chinesische Wirtschaft stark beeinträchtigt, da die strikte Umsetzung der Null-Covid-Politik zu abrupten und großflächigen Lockdowns führte, die sowohl die Güterproduktion als auch die Freiheit der Bevölkerung zeitweise erheblich einschränkten. Gegen Ende des Jahres nahm die chinesische Regierung Abstand von ihrer bisherigen Politik, und es wird von einer Stabilisierung der wirtschaftlichen Lage im laufenden Jahr ausgegangen.

Die Öl- und Gaspreise spiegelten im Laufe des Jahres 2022 die Entwicklungen an den Rohstoffmärkten: Im Zuge des russischen Angriffskriegs verteuerten sich beide Rohstoffe signifikant. Speziell der Gaspreis in Europa stieg auf historische Höchststände, da die Lieferung aus Russland in die Europäische Union zum Erliegen kam. Gegen Ende des Jahres entspannte sich die Situation auf den Öl- und Gasmärkten etwas und die Preise sanken zunächst, lagen aber nach wie vor auf hohem Niveau. Auch die Entwicklung des US-Dollars zum Euro reflektierte die angespannte Situation in Europa: Während der Euro zu Jahresbeginn noch die deutlich stärkere Währung gewesen war, drehten sich die Vorzeichen zur Jahresmitte. Der US-Dollar konnte nach Erreichen der Parität zum Ende des ersten Halbjahrs weiter aufwerten und war im Herbst teurer als der Euro. Von der leichten Entspannung auf den Rohstoffmärkten zum Ende des Jahres konnte dann vor allem Europa und damit auch der Euro profitieren.

Die Beiersdorf Aktie trotzte diesem schwierigen Marktumfeld und entwickelte sich auf Basis starker operativer Ergebnisse besser als der Markt. Anfang des Jahres fiel die Aktie ebenso wie der Gesamtmarkt mit dem Beginn des russischen Angriffskriegs auf ein Zwischentief. Dann zeigte sich allerdings, dass der Wunsch der Konsument*innen nach einer Rückkehr zur Normalität nach der Pandemie stark war, und die Nachfrage in den Mobilitäts- und Tourismus-Kategorien wie Deodorants, Lippen- und Sonnenpflege signifikant stieg. Darüber hinaus machten sich höhere Investitionen von Beiersdorf im Gesichtspflegebereich zunehmend bezahlt und steigerten die Nachfrage über den Jahresablauf. In der Folge führten Umsatz-, Marktanteils- und Profitabilitätssteigerungen zu positiven Anpassungen des Jahresausblicks anlässlich der Quartals- und Halbjahresveröffentlichungen. Die Beiersdorf Aktie stieg zum ersten Halbjahr 2022 auf ein Niveau von knapp unter 100 Euro und schloss zum Ende des Jahres 2022 bei 107,20 Euro. Damit übertraf unser Aktienkurs den Jahresschlusskurs 2021 um 18,6 % und lag sowohl im Vergleich zum Wettbewerb als auch zum DAX40 an der Spitze.

Diese starke Kursentwicklung innerhalb des Jahres führte außerdem dazu, dass die Beiersdorf AG im Juni wieder in den DAX aufstieg und sich im Mittelfeld des Index etablieren konnte.

Die ordentliche Hauptversammlung der Beiersdorf AG fand im Geschäftsjahr bereits zum dritten Mal virtuell in der Firmenzentrale in Hamburg statt. Erstmals in unserer Firmengeschichte war diese Veranstaltung nicht nur für Aktionär*innen zugänglich, sondern konnte auch öffentlich verfolgt werden. Rund 500 Zuschauer*innen nahmen auf diese Weise am 14. April 2022 an der Hauptversammlung teil.

In der Kommunikation mit dem Kapitalmarkt stand die makroökonomische Entwicklung deutlich im Fokus: Die Auswirkungen des Russland-Ukraine-Konflikts, gestiegener Rohstoffpreise und Rezessionssorgen waren ebenso Themen wie regionale Einflüsse durch die Pandemie. Auf Roadshows und Konferenzen erläuterte der Vorstand zudem, wie durch die Investitionen der Strategie C.A.R.E.+ und durch die Weiterentwicklung des operativen Geschäftsmodells neue Marktchancen genutzt werden können.

Im Jahr 2022 führte Beiersdorf erstmals einen Kapitalmarkttag durch und lud zahlreiche Analyst*innen und Investor*innen nach Hamburg ein, um das Beiersdorf-Management näher kennenzulernen. Neben detaillierten strategischen Einblicken auf Markenebene präsentierte der Vorstand auch den mittelfristigen Ausblick mit profitabilem Wachstum im Consumer-Bereich; Analyst*innen und Investor*innen konnten sich zudem darüber informieren, wie das neu aufgestellte Management von Beiersdorf die Strategie C.A.R.E.+ erfolgreich umsetzt und Transformationen im Unternehmen erfolgreich vorantreibt.

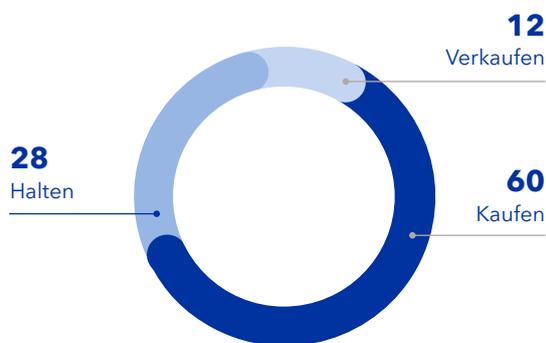
Rund 25 Finanzanalyst*innen publizierten im Berichtsjahr regelmäßig Studien über Beiersdorf. Im Laufe des Jahres nahm die Zahl der Kaufempfehlungen stetig zu, sodass zum Ende des Geschäftsjahres 2022 die überwiegende Mehrheit der Analyst*innen zu einem Kauf der Beiersdorf Aktie riet.

Weitere Informationen zur Beiersdorf Aktie unter www.beiersdorf.de/investor-relations/aktie/aktienkurs

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

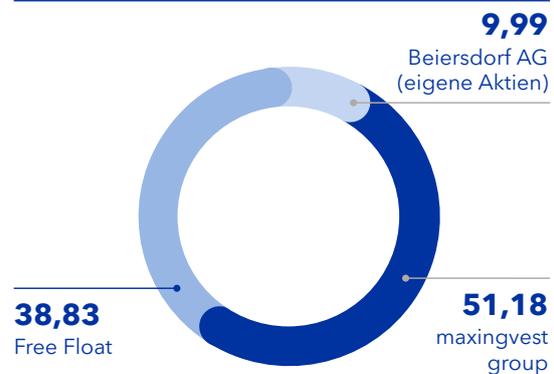
Analyst*innenempfehlungen

Stand 31.12.2022 (in %)



Aktionärsstruktur

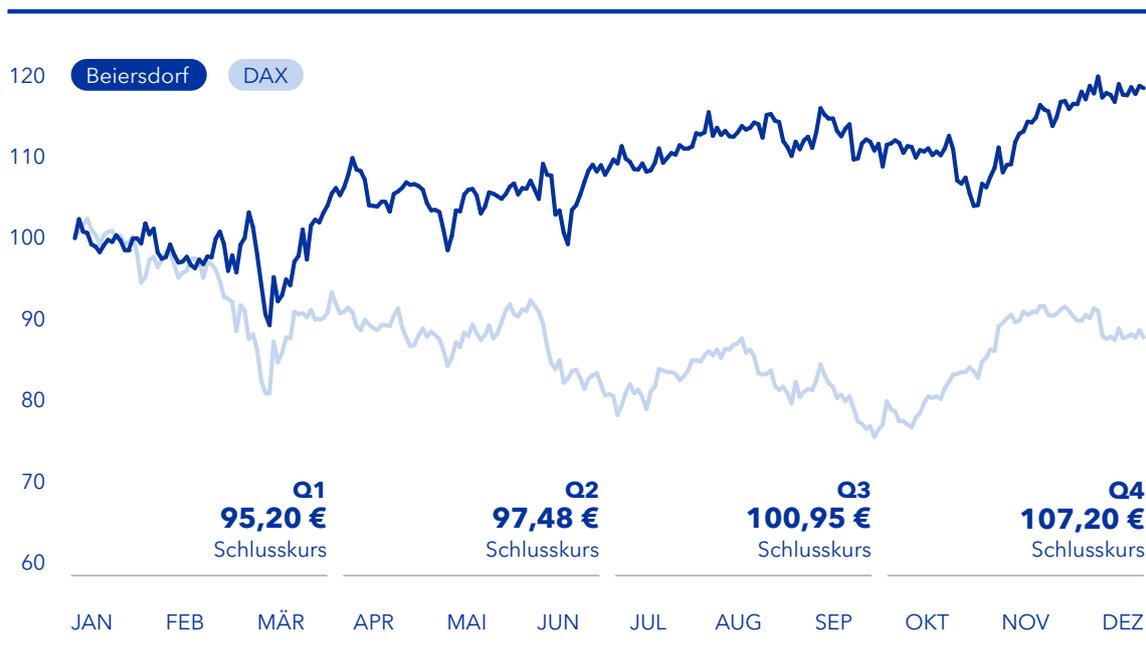
Stand 31.12.2022 (in %)



Quelle: Beiersdorf AG

Entwicklung der Beiersdorf Aktie im Jahr 2022

01.01.-31.12./ relative Veränderung (in %)



Kennzahlen zur Aktie

		2021	2022
Ergebnis je Aktie zum 31.12.	(in €)	2,81	3,33
Marktkapitalisierung zum 31.12.	(in Mio. €)	22.776	27.014
Schlusskurs zum 31.12.	(in €)	90,38	107,20
Höchstschlusskurs	(in €)	106,95	108,50
Tiefstschlusskurs	(in €)	81,90	80,64

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,

gemäß Gesetz, Deutschem Corporate Governance Kodex, Satzung und Geschäftsordnung überwachte der Aufsichtsrat den Vorstand und beriet ihn insbesondere zu seiner Strategie C.A.R.E.+ und zu Unternehmensplanung, Rechnungslegung, Geschäftsverlauf, Lage und Aussichten, Risikomanagement, internem Kontrollsystem und Compliance. Der Vorstand erstattete in und zwischen den Aufsichtsratssitzungen regelmäßig schriftlich und mündlich Bericht, insbesondere zu bedeutenden Vorfällen und Entwicklungen im Geschäft und Markt. Der Aufsichtsrat besprach und berücksichtigte auch externe Beurteilungen und Entwicklungen der guten Unternehmensführung im In- und Ausland. Sitzungen wurden in Präsenz und als Video- oder Telefonkonferenz abgehalten. Einzelne Mitglieder nahmen an Präsenzsitzungen per Video oder Telefon teil.

Die Teilnahmequote an den Sitzungen betrug im Plenum ca. 94,4 %, im Präsidialausschuss ca. 95,8 %, im Prüfungsausschuss ca. 97,7 %, im Finanzausschuss 100 % sowie im Personalausschuss ca. 77,8 %. Soweit Mitglieder nicht an allen Sitzungen teilnahmen, betrug die Teilnahmequote im Plenum 5/6 für Hong Chow, Wolfgang Herz, Dr. Dr. Christine Martel und Kirstin Weiland, im Präsidialausschuss 5/6 für Wolfgang Herz, im Prüfungsausschuss 8/9 für Dr. Dr. Christine Martel sowie im Personalausschuss 1/3 für Reinhard Pöllath und Kirstin Weiland. Es gab keine Anhaltspunkte für Interessenkonflikte von Vorstands- oder Aufsichtsratsmitgliedern. Martin Hansson legte sein Amt zum 31. Juli 2022 nieder. Als Nachfolgerin wurde Uta Kemmerich-Keil gerichtlich bestellt.

Sitzungen 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.

Zu Beginn des Jahres 2023 hat der Aufsichtsrat erneut mit der Planung einer Effizienzprüfung begonnen, die im Verlaufe des Jahres durchgeführt werden soll.

Aufsichtsratsplenum

Der Aufsichtsrat tagte sechs Mal (drei Präsenzsitzungen und drei Video- bzw. Telefonkonferenzen). In zwei Fällen fasste der Aufsichtsrat schriftliche Beschlüsse. Regelmäßige Themen waren strategische Ausrichtung, 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 der Jahresmitte beschäftigte sich der Aufsichtsrat mit Vorstandsangelegenheiten, strategischer Ausrichtung und Investitionsprojekten. Die Sitzungen am Jahresende konzentrierten sich auf die Planung für das Folgejahr, Investitionsprojekte sowie strategische Ausrichtung.

Am **4. Februar 2022** erörterte der Aufsichtsrat die Erreichung der Ziele des Vorstands für das Geschäftsjahr 2021 und setzte die Gesamtvergütung der Vorstandsmitglieder fest. Zudem billigte er nach intensiver Erörterung den neu erstellten Vergütungsbericht 2021.

Am **22. Februar 2022** befasste sich der Aufsichtsrat intensiv mit der Entwicklung von Geschäft und Marktanteilen. Der Vorstand präsentierte detailliert die Geschäftsbereiche und Regionen. Er berichtete ausführlich über seine Strategie für den Ausbau des digitalen Marketings und des E-Commerce in den kommenden Jahren sowie über die Entwicklung und Integration des Anfang Februar erworbenen

Chantecaille Geschäfts. Der Abschlussprüfer berichtete umfassend über Umfang, Schwerpunkte und Ergebnisse seiner Prüfung. Nach intensiver Diskussion billigte der Aufsichtsrat Jahres- und Konzernabschluss sowie den zusammengefassten Lagebericht für AG und Konzern einschließlich der Erklärung zur Unternehmensführung sowie der zusammengefassten Nichtfinanziellen Erklärung der AG und des Konzerns. Er stellte damit den Jahresabschluss 2021 fest. Er erörterte die Berichte des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen sowie zu den übernahmerechtlichen Angaben und verabschiedete den Bericht des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung. Er stimmte dem Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns für das Geschäftsjahr 2021 zu. Nach Erläuterung der Änderungen gegenüber den vorherigen virtuellen Versammlungen billigte er die Tagesordnung und die Beschlussvorschläge für die Onlinehauptversammlung am 14. April 2022.

Am **14. April 2022** befasste sich der Aufsichtsrat vor Beginn der Hauptversammlung zunächst mit deren Inhalt und Abläufen. Anschließend präsentierte der Vorstand mit dem Management ausführlich die neue China-Strategie. Nach Fortsetzung der Sitzung im Anschluss an die Hauptversammlung beschäftigte sich der Aufsichtsrat mit der laufenden Geschäftsentwicklung. Dazu präsentierte der Vorstand zur Umsatz- und Marktanteilsentwicklung verschiedener Produktkategorien und Marken. Zudem diskutierte der Aufsichtsrat aktuelle Herausforderungen durch die fortdauernde COVID-19-Pandemie sowie in der Supply Chain. Der Aufsichtsrat beschloss die Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer entsprechend der Entscheidung der Hauptversammlung.

Am **28. April 2022** wurde Nicola Lafrentz zum 1. Mai 2022 zum Vorstandsmitglied bestellt. Der Aufsichtsrat diskutierte zudem über die Vorkehrungen des Unternehmens zu aktuellen Energie- und anderen Risiken.

Am **2. September 2022** erörterte der Aufsichtsrat die Geschäftsentwicklung anhand von Berichten über ausgewählte Themen der Vorstandsressorts. Schwerpunkte bildeten die Finanzkennzahlen, der Erfolg von Thiamidol und die Entwicklung des Sonnenschutzgeschäfts. Zudem berichtete der Vorstand der tesa SE zur Geschäftsentwicklung. Des Weiteren befasste sich der Aufsichtsrat mit der Entwicklung kleinerer Marken und einem Bericht zur Nachhaltigkeit. Er beschloss über Investitionsprojekte, die Nachfolge von Herrn Hansson im Amt des stellvertretenden Vorsitzenden sowie als Mitglied mehrerer Ausschüsse und über den Prüfungsauftrag für den Nichtfinanziellen Bericht 2022.

Am **2. Dezember 2022** erörterte der Aufsichtsrat die Geschäftsentwicklung des Konzerns bis Ende Oktober 2022 anhand der Finanzkennzahlen und der Marktanteilsentwicklungen nach Regionen, Marken und Kategorien sowie einen Ausblick auf den Jahresabschluss 2022. Zudem berichtete der Vorstand zu Einzelaspekten der Strategie C.A.R.E.+ und über die Strategie für Digitalisierung und E-Commerce. Der Aufsichtsrat billigte die Unternehmensplanung 2023, beschloss die Entsprechenserklärung für das Geschäftsjahr 2022 gemäß Deutschem Corporate Governance Kodex, legte Ziele und Zielgesamtvergütung für die Mitglieder des Vorstands für das Geschäftsjahr 2023 fest und bestätigte deren Angemessenheit. Schließlich stimmte der Aufsichtsrat der erneuten Durchführung einer virtuellen Hauptversammlung im Jahr 2023 zu.

Im **Februar 2023** erörterte der Aufsichtsrat die Erreichung der Ziele des Vorstands für das Geschäftsjahr 2022 und beschloss die Gesamtvergütung. Er konkretisierte Jahresziele. Er billigte den Jahres- und Konzernabschluss sowie die dazugehörigen Berichte und stimmte den Beschlussvorlagen zur Hauptversammlung am 13. April 2023 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 2022 nicht zusammen.

Der **Präsidialausschuss** (sechs Sitzungen, davon eine in Präsenz und fünf als Video- bzw. Telefonkonferenz) 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** (neun Sitzungen, davon vier in Präsenz und fünf als Video- bzw. Telefonkonferenz) 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 2022 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 teilnahm, befasste sich regelmäßig mit der Geschäftsentwicklung. Weitere Gegenstände regelmäßiger Diskussion waren Risikomanagement, Konzernrevision, Nachhaltigkeit, die anstehende Ausschreibung der Abschlussprüferleistungen sowie der Umfang der durch den Abschlussprüfer durchgeführten Nichtprüfungsleistungen.

Der **Finanzausschuss** (fünf Sitzungen, davon drei in Präsenz und zwei als Video- bzw. Telefonkonferenz) beschäftigte sich insbesondere mit den Kapitalanlagen und der Anlagestrategie. Er ließ sich regelmäßig zu den Investitionsprojekten berichten. Weitere Themen waren Compliance, Krisenmanagement und das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz. In einem Fall beschloss der Finanzausschuss schriftlich.

Der **Personalausschuss** (drei Sitzungen, davon zwei in Präsenz und eine als Video- bzw. Telefonkonferenz) befasste sich mit der langfristigen Planung zur Besetzung von Positionen im und unterhalb des Vorstands. Er begrüßte Maßnahmen zu Diversität und Inklusion und ließ sich in jeder Sitzung anhand von Leistungskennzahlen umfassend über die erzielten Fortschritte berichten. Weitere Schwerpunkte bildeten neue Arbeitswelten sowie die Vorbereitung der nach dem Deutschen Corporate Governance Kodex zu erstellenden Qualifikationsmatrix zu den Kompetenzen des Aufsichtsrats.

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 **Jahresabschluss** und den **Konzernabschluss 2022** 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 2022, 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 Schlussklärung des Vorstands und die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers. In einer ordentlichen Sitzung am 21. Februar 2023 schloss sich der Aufsichtsrat dem Ergebnis der Abschlussprüfung an und billigte die Abschlüsse der AG und des Konzerns zum 31. Dezember 2022; damit ist der Jahresabschluss der Beiersdorf AG **festgestellt**. Dem Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands stimmte der Aufsichtsrat zu.

Der Aufsichtsrat dankt allen, die das Jahr 2022 für Beiersdorf erfolgreich machten: Mitarbeitende und Geschäftspartner*innen haben Beiersdorfs anspruchsvolle Verbraucher*innen mit verlässlicher Leistung überzeugt, vor allem durch Innovation und Nachhaltigkeit in Hautpflege und Klebstoffen. Die kritische Begleitung durch seine Kund*innen macht und hält Beiersdorf zukunftsfit für alle Aktionär*innen, auch in den aktuellen und anhaltenden Herausforderungen.

Hamburg, 21. Februar 2023
Für den Aufsichtsrat



Reinhard Pöllath
Vorsitzender



S. 54 GRUNDLAGEN DES KONZERNS

- S. 54 Geschäft und Strategie
- S. 60 Forschung und Entwicklung
- S. 73 Menschen bei Beiersdorf
- S. 90 Nachhaltigkeit

S. 91 NICHTFINANZIELLE ERKLÄRUNG



S. 143 WIRTSCHAFTSBERICHT

- S. 143 Wirtschaftliches Umfeld
- S. 146 Ertragslage
- S. 156 Vermögenslage
- S. 157 Finanzlage
- S. 158 Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage
- S. 159 Beiersdorf AG
- S. 162 Risikobericht
- S. 171 Prognosebericht

S. 175 WEITERE ANGABEN

- S. 175 Erklärung zur Unternehmensführung
- S. 192 Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen
- S. 192 Übernahmerechtliche Angaben
- S. 195 Bericht zur Gleichstellung und Entgeltgleichheit



ZUSAMMEN- GEFASSTER LAGEBERICHT

C.A.R.E.+

COMPETITIVE + SUSTAINABLE + GROWTH



STÄRKUNG UNSERER MARKEN DURCH PURPOSE

WACHSTUMSTREIBER



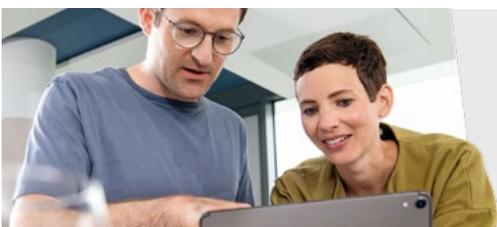
DIGITALE TRANSFORMATION
BESCHLEUNIGEN



MIT **HAUTPFLEGE**
GEWINNEN



WACHSTUMSPOTENZIALE
ERSCHLIESSEN



WACHSTUM DURCH
PRODUKTIVITÄTSSTEIGERUNG
BESCHLEUNIGEN

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



Grundlagen des Konzerns

Geschäft und Strategie

Mit einem starken, global verfügbaren Markenportfolio hat sich Beiersdorf in den letzten 140 Jahren mit über 170 internationalen Tochtergesellschaften und mehr als 20.000 Mitarbeitenden zu einem der weltweit führenden Konsumgüterunternehmen entwickelt. Unser Geschäft gliedert sich in zwei eigenständige, unabhängig voneinander agierende Unternehmensbereiche. In beiden Bereichen nehmen wir marktführende Positionen ein und sind davon überzeugt, dass wir diese erhalten und ausbauen können, indem wir bedeutende Innovationen mit echtem Mehrwert auf den Markt bringen.

- 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

Der Name Beiersdorf steht seit 1882 für Hautpflege. Das ist unsere Kernkompetenz – und in diesem Bereich wollen wir für unsere Verbraucher*innen Mehrwerte 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 beschreibt unsere strategischen Prioritäten und mit ihr wollen wir unser wettbewerbsfähiges, nachhaltiges Wachstum sichern. Sie umfasst folgende Schwerpunkte:

- 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

Bei der Umsetzung unserer Strategie C.A.R.E.+ haben wir im Berichtsjahr bedeutende Fortschritte erreicht. Im Folgenden werden die wichtigsten davon kurz vorgestellt.

Stärkung unserer Marken durch Purpose

Der sogenannte „Marken-Purpose“ hat in den vergangenen Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen, denn für Konsument*innen zählt nicht mehr nur die reine Produktleistung. Sie wollen wissen, wofür eine Marke steht und wofür sie sich einsetzt. Unsere ikonischen Marken NIVEA, Eucerin und Hansaplast leben und kommunizieren ihren jeweiligen Purpose bereits seit einigen Jahren. NIVEA stellt mit „Care for Human Touch to Inspire Togetherness“ die menschliche Berührung und mehr Miteinander in den Mittelpunkt.

Mit  gekennzeichnete Abschnitte enthalten Informationen, die Teil unserer Nichtfinanziellen Erklärung sind.

Mit dem Purpose „WE BELIEVE IN THE LIFE-CHANGING POWER OF DERMATOLOGICAL SKINCARE“ drücken wir aus, dass Eucerin die Lebensqualität von Menschen nachhaltig verbessern will – und zwar mit dermokosmetischen Lösungen für ganz individuelle Hautprobleme. Unsere Marke Hansaplast, die im Jahr 2022 ihr 100-jähriges Jubiläum feierte, begleitet die Konsument*innen mit dem Anspruch: „We’ve got you covered. For a life uninterrupted.“

Digitale Transformation beschleunigen

Die Digitalisierung im Unternehmen und in unserem Geschäft spielt bei der Erschließung neuer Wachstumspotenziale eine entscheidende Rolle. Wir treiben sie daher im Rahmen unserer Strategie C.A.R.E.+ seit Jahren konsequent voran. Unser E-Commerce-Geschäft wächst konstant mit jedem Geschäftsjahr. Gleichzeitig wollen wir mit unserer Digitalstrategie unsere Verbraucher*innen immer gezielter ansprechen und ihre individuellen Wünsche erfüllen. Das heißt: Wir wollen dort sein, wo sie sich digital bewegen. Und jeweils die richtige Botschaft zur richtigen Zeit senden. Im Berichtsjahr haben wir erneut im großen Umfang in digitale Ansätze, insbesondere im Bereich der Social-Media-Kanäle, investiert und die personalisierte Ansprache der Verbraucher*innen durch sogenanntes Präzisionsmarketing, zum Teil auch über Influencer-Kooperationen oder Partnerschaften mit Anbietern digitaler Technologien, wie MikMak, Google und Amazon, immer stärker vorangetrieben. Auf diese Weise wollen wir nah an unseren Zielgruppen sein, Vertrauen schaffen und die Effektivität unserer Marketingaktivitäten erhöhen.

Ergänzend zu unseren Marketingaktivitäten und den Investitionen in das E-Commerce-Geschäft haben wir im Jahr 2022 eine Reihe von Initiativen umgesetzt, mit denen wir die digitale Transformation innerhalb von Beiersdorf weiter beschleunigt haben. Auch sie sind Teil unseres strategischen Programms „Digital Fast Forward“, mit dem wir bis zum Jahr 2025 die Vision verfolgen, unser Geschäft zu digitalisieren, um das Leben unserer Verbraucher*innen nachhaltig zu verbessern. Beispiele für diese Initiativen sind unsere Bemühungen im Bereich der künstlichen Intelligenz (KI), etwa bei der schnellen Entwicklung effektiver, nachhaltiger und sicherer Formeln, oder auch unsere große digitale Hautforschungsstudie SKINLY. Diese Themen werden im Kapitel „Forschung und Entwicklung“ näher vorgestellt. Auch in weiteren Bereichen erhält die Digitalisierung zunehmend Einzug. Beispiele hierfür werden im Kapitel „Menschen bei Beiersdorf“ im Abschnitt „Digitale Transformation“ genannt. Um die digitale Transformation insgesamt zu beschleunigen, ist es unser Anspruch, auch in die digitalen Fähigkeiten unserer Mitarbeitenden zu investieren. Wir bieten ihnen verschiedene Angebote, damit sie mit der rasanten digitalen Entwicklung Schritt halten können.

Mit Hautpflege gewinnen

Unser strategischer Schwerpunkt „Mit Hautpflege gewinnen“ ist für uns ein weiterer essenzieller Baustein unseres Erfolgs. Wir haben den Anspruch, bedeutende Innovationen mit echtem Mehrwert auf den Markt zu bringen, indem wir weniger, aber bessere und größere Innovationen entwickeln und Kampagnen global umsetzen. Konkret heißt dies, dass Innovationen und Kampagnen zukünftig grundsätzlich in allen für uns relevanten Märkten stattfinden. Im Berichtsjahr haben wir zudem damit begonnen, NIVEA als weltweit führende Hautpflegemarke weiterzuentwickeln mit dem Ziel, dass NIVEA eine noch globalere, digitalere und nachhaltigere Marke wird, die unsere Verbraucher*innen auf der ganzen Welt begeistert. Ein gutes Beispiel für das Potenzial von NIVEA ist die im Jahr 2020 eingeführte LUMINOUS630® Anti-Pigmentflecken Gesichtspflegeserie, die inzwischen eine globale Erfolgsgeschichte schreibt und sich zu einem Wachstumstreiber entwickelt hat.

Weitere Fortschritte hinsichtlich unserer strategischen Zielsetzung „Mit Hautpflege gewinnen“ erzielten wir im Berichtsjahr auch mit unserem Nachhaltigkeitsengagement. Durch die Überarbeitung bestehender und besonders beliebter Produkte haben wir es geschafft, die Hautpflegeroutinen von Millionen Menschen weltweit nachhaltiger zu gestalten und so einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Beispielsweise optimierten wir die Rezeptur unseres Klassikers NIVEA Soft dahingehend, dass wir den formelbasierten CO₂-Fußabdruck um bis zu 40 % reduzieren (verglichen zur vorherigen Formel).

Zusätzlich konnten wir das Produkt mit einer zu 98 % biologisch abbaubaren (gemäß OECD oder äquivalenten Methoden) und veganen (ohne tierische Inhaltsstoffe) Formel auf den Markt bringen. Zudem haben wir verbleibende Emissionen über zertifizierte Klimaschutzprojekte ausgeglichen und das Produkt damit „klimaneutralisiert“¹. Eine verbesserte Umweltbilanz erreichten wir auch mit dem Verpackungsrelaunch der ersten NIVEA Duschpflegeprodukte. Das in der Formel bereits 2021 optimierte Sortiment ist jetzt in einer sogenannten Leichtgewichtflasche erhältlich, die zu mindestens 96 % aus recyceltem Kunststoff besteht und mit 20 % weniger Material auskommt. Somit konnten die verpackungsbedingten CO₂-Emissionen um 32 % gesenkt werden. Beiersdorf nimmt hinsichtlich Zielsetzung, Fortschritt und Transparenz in den Bereichen Klima, Wald und Wasser eine führende Rolle in der Branche ein. Zum Ende des Berichtsjahres wurde Beiersdorf von der Non-Profit-Organisation Carbon Disclosure Project (CDP) dafür mit der Bestnote ausgezeichnet und erhielt als eines von 13 Unternehmen weltweit einen Platz auf der „Triple A-Liste“.

Wir wollen mit Hautpflege gewinnen und gleichzeitig Wachstumspotenziale erschließen. Mit der Übernahme von Chantecaille Beaute Inc. im Februar kommen wir diesem Ziel wieder einen Schritt näher. Für uns ergänzt Chantecaille das Premium-Hautpflegeangebot von Beiersdorf in idealer Weise. Denn während La Prairie als Luxusmarke positioniert ist, bedient die global vertretene Marke Chantecaille Konsument*innen im Prestige Kosmetik Bereich und richtet sich daher an eine breitere Zielgruppe.

Mit der Übernahme von S-Biomedic, einem Life-Science-Unternehmen, das aktiv auf dem Gebiet der Hautmikrobiomforschung ist, hat Beiersdorf im Berichtsjahr zudem seine Expertise auf dem Gebiet der Aknebehandlung verstärkt. Weitere Informationen dazu im Kapitel „Forschung und Entwicklung“.

Wachstumspotenziale erschließen

Ein weiterer Baustein der Beiersdorf Strategie C.A.R.E.+ besteht in der Erschließung neuer Wachstumspotenziale. Dabei konzentrieren wir uns auf Märkte und Geschäftsfelder, in denen wir noch nicht präsent sind oder unsere Präsenz weiter ausbauen wollen, sogenannte „White Spots“. Im Geschäftsjahr betraten wir beispielsweise mit Eucerin Sun Produkten den größten Sonnenschutzmarkt der Welt, die USA. Mit unserer Marke Chantecaille wollen wir unser Wachstum im Prestige Kosmetik Segment auf den nordamerikanischen und asiatischen Märkten – und hier insbesondere in China – weiter beschleunigen.

Auch für unser E-Commerce-Geschäft konnten wir mit dem jüngsten Launch von La Prairie auf der chinesischen Online-Plattform JD.com weitere Wachstumspotenziale auf dem für uns strategisch so wichtigen Markt erschließen. Schon seit einigen Jahren sind wir mit unseren Kernmarken auf Chinas größter, grenzüberschreitender Plattform TMall von Alibaba vertreten. Sowohl JD.com als auch TMall eröffnen uns ein großes Potenzial für wesentliche Zuwächse in China.

Wichtige Basis für weiteres Wachstumspotenzial ist sowohl unser globales Produktions- und Logistiknetzwerk als auch unser Innovationsnetzwerk. Das hochmoderne Innovationszentrum in New Jersey, USA, das im Berichtsjahr eröffnet wurde, ist unser erstes globales Kompetenzzentrum für Sonnenpflegeprodukte außerhalb Hamburgs. Durch die Entwicklung spezieller, auf die US-Regularien abgestimmter Eucerin Sun Produkte und die Schärfung des Coppertone Sortiments wird das Innovationszentrum zum Wachstum unseres Geschäfts in dieser Region beitragen. Ähnliche Wachstumsimpulse versprechen wir uns für China durch unser im Jahr 2020 eröffnetes Innovationszentrum in Shanghai.

Wachstum durch Produktivitätssteigerung beschleunigen

Wir sind davon überzeugt, dass Wachstum und Innovationen nicht ohne Investitionen möglich sind. Zugleich streben wir an, die Effizienz unseres Konzerns durch höchste Kostendisziplin und eine fokussierte, schlanke Organisation stetig zu verbessern. Nur so erreichen wir Wachstum durch Produktivitätssteigerung, die eine der wichtigsten Säulen unserer Strategie C.A.R.E.+ ist.

¹ Mehr Informationen unter www.nivea.de/ueber-uns/eine-haut-eine-welt-eine-pflege/unser-engagement/unsere-vision-klimaneutralitaet.

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. Auf globaler Ebene investierten wir beispielsweise in Polen und Mexiko in die Erweiterung unserer Produktionswerke; denn neue Produktionslinien und moderne Technik sind für uns die Grundlage für zukünftiges Wachstum. In Polen investieren wir fast 200 Millionen Euro in die Erweiterung unseres Produktionsstandorts. Nach Abschluss der Erweiterung im Jahr 2024 wird Beiersdorf Manufacturing Mexico (BMM) einer der drei größten Beiersdorf Produktionsstandorte sein.

Auch am Standort Leipzig haben wir kräftig investiert, um eine zukunftsfähige, hochmoderne Supply-Chain-Infrastruktur für Zentraleuropa zu schaffen. Fast 300 Millionen Euro fließen in den Bau unseres neuen Produktionswerks, das 2023 in den Betrieb gehen soll. Pro Jahr werden im neuen Werk mit einer Grundfläche von 32.000 m² bis zu 450 Millionen Kosmetikprodukte vom Band laufen - insbesondere Deodorants und Rasierschäume für den gesamten europäischen Markt und für den Export. Abhängig von der Markt- und Geschäftsentwicklung können die Kapazitäten in Zukunft noch weiter ausgebaut werden. In direkter Nachbarschaft zum neuen Werk entsteht bis 2027 mit einem Investitionsvolumen von über 200 Millionen Euro ein hochmodernes Hub, ein Drehkreuz für das europäische Supply Chain-Netzwerk. Bei allen Produktionsgebäuden streben wir höchste Nachhaltigkeitsstandards an: Die neuen Produktionswerke und Erweiterungen sollen eine Gold-Zertifizierung nach dem anerkannten Klassifizierungssystem für nachhaltige Gebäude, LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), erhalten.

Einen wichtigen Meilenstein im Bereich des Klimaschutzes erreichten wir zudem im Januar 2022 mit unserem Berliner Werk, der Beiersdorf Manufacturing Berlin (BMB). Als erster Standort im Beiersdorf Produktionsnetzwerk produziert das Berliner Werk seit Berichtsjahresbeginn (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 über hochwertige CO₂-Zertifikate ausgeglichen.

Auf starkem Fundament aufbauen:

Kultur - Core Values - Fähigkeiten - Care Beyond Skin²

Unsere Mitarbeitenden sind unser wichtigstes Kapital. Sie tragen maßgeblich zu unserem geschäftlichen Erfolg bei und sie prägen spürbar unsere einzigartige Unternehmenskultur, die von Werten wie Offenheit, Vertrauen, Ehrlichkeit und Respekt geprägt ist. 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 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.

Mit unserem Purpose „Care Beyond Skin“ drücken wir aus, wofür Beiersdorf steht und was uns als Unternehmen ausmacht - denn unsere Pflege und Fürsorge geht weit über unsere Kernkompetenz, die Haut, hinaus. Wir wollen einen positiven Beitrag für unsere Gesellschaft und unseren Planeten leisten. Durch verantwortungsbewusstes Handeln, zum Beispiel über Soforthilfen in Krisensituationen, 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“.

Mit unserer „Behavior Activation Journey“ haben wir im Berichtsjahr einen Kulturwandel angestoßen, um in unserem Arbeitsalltag Verhaltensweisen zu integrieren, die für unseren Erfolg wichtig sind.

² Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

Unter dem Schlagwort „Speak Up“ wollen wir bei Beiersdorf eine Kultur fördern, in der Mitarbeitende den Mut haben, Dinge in Frage zu stellen und ihre eigene Meinung zu bilden und offen mitzuteilen. Bei „Prioritization“ geht es um die richtige Prioritätensetzung, die uns künftig eine Realisierung von weniger, dafür aber besseren und größeren Innovationen ermöglicht. Haupttreiber für diesen Schwerpunkt ist auch das Thema „Mental Health“, denn durch das richtige Priorisieren sollen Mitarbeitende entlastet und darin bestärkt werden, die persönlichen Grenzen besser zu erkennen und zu leben. Mehr Details hierzu sind im Kapitel „Menschen bei Beiersdorf“ unter dem Abschnitt „Führung“ zu finden.

Auch den Wandel hin zu einer neuen, modernen Arbeitswelt treibt Beiersdorf seit einigen Jahren mit Nachdruck voran. Dieser ist ebenfalls Teil eines umfassenden Kulturwandels, der das Unternehmen, aber auch die Belegschaft, fit für die Herausforderungen der Zukunft macht. Ob hybrides bzw. flexibles Arbeiten oder moderne Arbeitswelten – Beiersdorf ist bemüht, viel zu unternehmen, um die Arbeitswelt von morgen 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 essenzieller 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 4.982 Mitarbeitenden in mehr als 100 Ländern aktiv ist.

Im Geschäftsjahr 2022 hat tesa die Gesellschaft tesa Labtec GmbH, Deutschland, verkauft. Außerdem ist in den Vereinigten Arabischen Emiraten die tesa ME FZE, Dubai, 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 befinden sich in Europa (Deutschland und Italien), in Amerika (USA) und in Asien (China), ein weiterer Standort ist in Vietnam im Bau. Die Unternehmenszentrale mit integriertem Forschungs- und Technologiezentrum befindet sich in Norderstedt bei Hamburg.

Industry

Im Bereich Industry 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.

Neben dem Direktgeschäft gehört der technische Handel zum Bereich Industry. tesa bietet über Handelspartner eine vielfältige Produktpalette für ein breites Anwendungsspektrum in unterschiedlichen Industriebranchen an. Dazu gehören beispielsweise Sortimente für Montage und Reparatur, Transportsicherungsbänder oder auch Klebelösungen für die Verpackungsindustrie.

Consumer

Der Geschäftsbereich Consumer umfasst diejenigen Märkte, deren Endkund*innen tesa über Handelspartner oder handelsähnliche Kanäle mit marktgerechten Produkten versorgt. Hierzu zählen Sortimente für private Konsument*innen und Handwerker*innen. Darüber hinaus nutzt tesa das Online-Geschäft, um Endkund*innen auf direktem Weg Produkte zum Kauf anzubieten.

Das Consumer Geschäft ist auf Europa und Lateinamerika konzentriert. Vermarktet werden sowohl lang bewährte wie auch 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 in Bau- und Verbrauchermärkten, Papier- und Schreibwarengeschäften sowie online ein breites Angebot von mehr als 300 innovativen Produkten. Für professionelle Handwerker*innen bietet tesa maßgeschneiderte Sortimente welche über zielgruppengerechte Vermarktungskonzepte angeboten werden.

Leitung und Kontrolle

Der Vorstand leitet das Unternehmen und ist der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts verpflichtet. Neben den funktionalen Vorstandsressorts 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 Handelsgesetzbuch (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 Umsatzwachstum³ 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. Die Entwicklung der relevanten finanziellen Steuerungskennzahlen ist im Abschnitt „Ertragslage“ zu finden.

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.

³ Die Definition des organischen Umsatzwachstums ist den Grundlagen und Methoden („Erläuterungen zur Segmentberichterstattung“) im Anhang zu entnehmen.

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

Für ein innovationsgetriebenes Unternehmen wie Beiersdorf ist die Forschung und Entwicklung von besonderer Bedeutung. Sie ist für uns nicht nur der Schlüssel zum Erfolg, sondern Teil unserer unternehmerischen DNA.

Zukunftsweisende Technologien, nachhaltige Konzepte und Digitalisierungsmöglichkeiten sind für Beiersdorf essenziell und werden von uns kontinuierlich genutzt und gefördert. Regelmäßig evaluieren wir unsere Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten und formulieren – abhängig vom Unternehmensbereich – klare Fokusthemen:

- Im Unternehmensbereich Consumer entwickelt Beiersdorf innovative und hochwertige Produkte im Bereich der Hautpflege. Mit ihnen gehen wir ein auf die Wünsche unserer Verbraucher*innen, unter Berücksichtigung regionaler Besonderheiten sowie relevanter Themen wie Nachhaltigkeit.
- Im Unternehmensbereich tesa widmen wir uns der Entwicklung innovativer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbekunden und Endverbraucher*innen. Nachhaltigkeit und energieschonende Produktionsverfahren stehen hier 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 2022 waren bei Beiersdorf weltweit 1.591 Mitarbeitende in der Forschung und Entwicklung beschäftigt (Vorjahr: 1.530). Davon waren 1.007 (Vorjahr: 978) im Unternehmensbereich Consumer tätig und 584 (Vorjahr: 552) im Unternehmensbereich tesa.

Wie in den Vorjahren haben wir unsere Aufwendungen für Forschung und Entwicklung im Berichtsjahr abermals erhöht. Sie beliefen sich zum Geschäftsjahresende auf 291 Mio. € und lagen damit 8,3 % über dem Vorjahreswert (268 Mio. €). Im Unternehmensbereich Consumer investierte Beiersdorf im abgelaufenen Jahr 216 Mio. € (+6,8 %), im Unternehmensbereich tesa 75 Mio. € (+12,9 %) in die Forschung und Entwicklung.

Consumer

Exzellenz in der Hautpflegeforschung

Die Hautforschungskompetenz zeichnet Beiersdorf seit jeher aus. Sie ist Treiber unserer Innovationskraft und stärkt unsere Wettbewerbsfähigkeit. Denn indem wir die komplexen Prozesse der Haut entschlüsseln, effektive Wirkstoffe erforschen und zukunftsweisende Technologien nutzen, entwickeln wir immer neue Innovationen und Produkte, die klar an den Wünschen der Verbraucher*innen ausgerichtet sind. Wir wollen Hautpflegeprodukte kreieren, die das Leben der Menschen auf der ganzen Welt berühren.

Unsere intensive anwendungsorientierte Forschung hilft uns dabei, unser fundiertes Verständnis der Haut kontinuierlich zu erweitern – sie eröffnet uns in der hochdynamischen Disziplin der Hautbiologie aber auch vielfältige Chancen und ist damit ein wichtiger Schwerpunkt unserer Arbeit. Im Berichtsjahr konzentrierten wir uns unter anderem auf folgende Forschungsgebiete:

- Ein seit fast 40 Jahren bedeutender Teil unserer Forschungsarbeit ist die Entwicklung moderner, **nicht-tierbasierter Methoden zur Sicherheitsbewertung**. Mit ihnen weisen wir die Unbedenklichkeit und Sicherheit unserer Inhaltsstoffe und Produkte nach. Wie schon in den Vorjahren, setzten wir auch im Geschäftsjahr 2022 unsere intensive Zusammenarbeit mit der weltweiten Gemeinschaft der Sicherheitswissenschaftler*innen fort – allen voran mit dem LRSS-Konsortium (Long Range Science Strategy Consortium) des europäischen Verbands der kosmetischen Industrie (Cosmetics Europe), dessen Programm zur Jahresmitte des Berichtsjahres ausgelaufen ist. Als Gründungsmitglied des neuen Gremiums „International Collaboration on Cosmetics Safety“ (ICCS) verfolgen wir gemeinsam mit anderen Unternehmen, Verbänden und NGOs das Ziel, die weltweite regulatorische Anerkennung, das Fachwissen sowie die flächendeckende Nutzung der tierversuchsfreien Sicherheitswissenschaft für Kosmetik- und Hautpflegeprodukte und deren Inhaltsstoffe voranzubringen. ICCS möchte durch Forschung, Aufklärung sowie gezielte Ausbildung und regulatorisches Engagement das weltweite Bewusstsein und Vertrauen in die tierversuchsfreien wissenschaftlichen Methoden stärken und somit die Innovationsarbeit in der aktuellen Ära der tierversuchsfreien Forschung weiterentwickeln. Aus unserer Sicht ist die nächste Generation der Risikobewertung (Next Generation Risk Assessment, NGRA) expositions- und hypothesengesteuert und basiert auf einer Kombination von Daten aus In-silico-, In-chemico- und In-vitro-Methoden, den so genannten „New Approach Methodologies“ (NAMs). Um eine zuverlässige Risikobewertung zu ermöglichen, spielt die Toxikokinetik mit der Anwendung von ADME-Methoden (Absorption, Distribution, Metabolism and Elimination) für uns eine bedeutende Rolle. Mit ihnen wird untersucht, wie Wirkstoffe in den Körper eindringen und in welchen Mengen sie wo im Körper vorliegen. Eine Vielzahl von ADME-Tools wird entwickelt und eingesetzt und gemeinsam mit der PBPK-Modellierung (physiologically-based pharmacokinetic) angewendet und bildet so einen wesentlichen Baustein moderner Risikobewertung der nächsten Generation. Im Rahmen eines Vortrags auf dem ESTIV-Kongress 2022 (Congress of the European Society of Toxicology In Vitro) zeigten wir die essentielle Rolle moderner ADME-Methoden als nächste Generation der Sicherheitsbewertung, etwa bei UV-Filtern und Konservierungsmitteln. Darüber hinaus erörterten wir den Nutzen der ADME-Methoden, insbesondere des Metabolismus und der PBPK-Modellierung, für die Abschätzung der potenziell problematischen körperlernen Konzentrationsschwelle (internal Threshold of Toxicological Concern, iTTC).
- Der **Schutz vor sonnenbedingten Hautschäden** ist für Beiersdorf ein weiterer großer Forschungsschwerpunkt. Dabei geht es unseren Hautwissenschaftler*innen darum, den Einfluss der Sonne auf die Haut zu erforschen und auf Basis der Erkenntnisse zukunftsweisende Lösungen und Produkte für sonneninduzierte Hautindikationen zu entwickeln. Diese Arbeit setzten wir im Berichtsjahr weiter fort. Ein Beispiel unserer Forschungsaktivitäten in diesem Bereich: Ein Forschungsteam entwickelte ein einzigartiges kosmetisches Sonnenschutzprodukt speziell für ein Mädchen mit der seltenen Lichtkrankheit EPP (Erythropoetische Protoporphyririe). Bei der durch einen seltenen Gendefekt ausgelösten Krankheit verursacht der blaue Anteil im Sonnenlicht in der Haut die Entstehung von freien Radikalen – ein chemischer Prozess, der mit starken Schmerzen einhergeht. Vorherige Forschungsergebnisse über sichtbares, energiereiches Licht zeigten, dass dem kosmetischen Sonnenschutz für dieses Mädchen spezielle lichtstreuende Pigmente zugesetzt werden müssen. Diese hindern das Licht daran, in die Haut einzudringen. Der von Beiersdorf Forscher*innen individuell entwickelte kosmetische Sonnenschutz ermöglicht es dem Mädchen, für kurze Zeit mit dem Sonnenlicht in Kontakt zu kommen. Es kann die Krankheit nicht heilen, aber zur Verbesserung der Lebensqualität des Mädchens beitragen. Der kosmetische Sonnenschutz ist individuell auf die Bedürfnisse des Mädchens abgestimmt worden und daher nicht im Handel erhältlich oder Teil des Beiersdorf Produktportfolios. Darüber hinaus erzielten wir Fortschritte in der Zusammenarbeit des ALT-SPF-Konsortiums, das sich zum Ziel gesetzt hat, Sonnenschutz-Tests zu etablieren, die weniger invasiv, zuverlässiger und genauer sind. Verschiedene Partner, auch Beiersdorf, haben einige Muster bereitgestellt, die von einem unabhängigen Institut verblindet worden sind und aktuell von verschiedenen Labors, auch unseren Labors in Hamburg und New Jersey, getestet werden. Die vollständigen Testergebnisse werden im Laufe des Geschäftsjahres 2023 vorliegen.

- Im Bereich der Hautforschung führten wir im Berichtsjahr auch die Forschung an unserem patentierten Wirkstoff gegen Hyperpigmentierung, **Thiamidol**, fort. Die Ergebnisse publizierten wir in einer weiteren wissenschaftlichen Veröffentlichung. In Zusammenarbeit mit der Abteilung für Dermatologie der Universität Côte d'Azur in Nizza, Frankreich, haben wir eine randomisierte, doppelblinde, kontrollierte klinische Studie durchgeführt, in der die Wirksamkeit und Verträglichkeit einer Hautpflegekur mit Thiamidol über 24 Wochen im Vergleich zu einem Vehikel bei Proband*innen mit dunklerem Teint untersucht wurde. Diese Langzeitstudie führten wir aufgrund der heißen und tropischen Bedingungen auf Mauritius durch. Die hyperpigmentierten Flecken im Gesicht verbesserten sich während der gesamten Studiendauer kontinuierlich. Die Ergebnisse zeigen, dass die Behandlung sehr wirksam ist und auch unter für Kosmetik anspruchsvollen klimatischen Bedingungen gut vertragen wird.
- Unsere Forschung im Bereich des **Coenzym Q10** setzten unsere Wissenschaftler*innen ebenfalls fort. Die Bemühungen verhalfen uns zu neuen, bedeutenden Erkenntnissen über das körpereigene Coenzym sowie dessen Rolle im Hautalterungsprozess. In Kooperation mit Wissenschaftler*innen des Hamburger Forschungszentrums DESY („Deutsches Elektronen-Synchrotron“), der Universität Hamburg und des Fraunhofer-Instituts für Angewandte Polymerforschung (Fraunhofer IAP) gelang es uns im Berichtsjahr erstmals, die zelluläre Aufnahme und den Weg des zugegebenen Coenzym Q10 in den Hautzellen sichtbar zu machen. Auf diese Weise konnten wir bildlich nachweisen, dass Q10 von jeder einzelnen Zelle aufgenommen wird. Herzstück des Forschungsdurchbruchs ist die sogenannte XRF-Methode (engl. X-ray fluorescence spectroscopy). Dahinter steht das Prinzip der Röntgenfluoreszenzanalyse – ein bildgebendes Verfahren aus der Materialanalytik, das im Allgemeinen dazu dient, feste Proben zu untersuchen und Verborgenes sichtbar zu machen. Diese Erkenntnisse bieten ein deutliches Potenzial für weitere wissenschaftliche Anwendungen in der globalen Q10-Forschung, zum Beispiel in der Krebstherapie und über die Q10-Hautforschung hinaus. Die Forschungsarbeit wurde aufgrund ihrer Bedeutung von unabhängigen Wissenschaftler*innen bewertet und in einem renommierten Journal veröffentlicht, um sie auch anderen Forschungsgruppen zugänglich zu machen. Im Mai des abgelaufenen Jahres begrüßte Beiersdorf darüber hinaus im Rahmen des 10. Kongresses der International Coenzyme Q10 Association (ICQA) namhafte Wissenschaftler*innen der internationalen Q10-Forschung im Hamburger Hautforschungszentrum. Sie diskutierten neue Erkenntnisse zu Themen wie Q10-Biosynthese, Alterung und Stoffwechsel, Hautschutz oder Nahrungsergänzung und unterstrichen die anhaltend hohe Relevanz der Q10-Forschung.
- Im Bereich der **Mikrobiomforschung**, einem Fachgebiet, bei dem die komplexen Gemeinschaften verschiedener Mikroorganismen (z. B. Bakterien) auf Ökosystemen wie der Haut untersucht werden, haben wir unsere Forschungsaktivitäten auch im Jahr 2022 intensiviert – und nehmen weiterhin eine wichtige Rolle ein. In Kooperation mit den Universitäten in Hamburg und der dänischen Universität Aarhus ist es uns gelungen, das komplexe Ökosystem noch genauer zu erforschen, um daraus neue kosmetische Ansätze und Wirkformeln abzuleiten, die im Einklang mit den natürlichen Hautprozessen wirken. In diesem Zuge wurde eine neue Methodik entwickelt, die wir im Berichtsjahr patentieren ließen und erfolgreich einsetzen. Hierbei geht es darum, ausgewählte Bakterienstämme noch gezielter untersuchen zu können – immer mit dem Hintergedanken, dass die Zusammensetzung und das Gleichgewicht aller auf der Haut lebenden Mikroben ausschlaggebend für unsere Hautgesundheit sind. Neue Erkenntnisse erlangten die Forscher*innen insbesondere über das Zusammenspiel sogenannter Staphylokokken mit den Cutibakterien: Beide interagieren miteinander und leben auf einem gesunden Hautmikrobiom in friedlicher Koexistenz. Kommt die aus dem Gleichgewicht, kann dies unerwünschte Hauterkrankungen wie Akne oder Ekzeme auslösen. Die Ergebnisse werden uns dabei helfen, neue Mikrobiom-basierte Pflegeprodukte insbesondere für Menschen zu entwickeln, die unter Akne leiden. Die wesentlichen Erkenntnisse unserer Forschungsarbeit im Berichtsjahr haben wir in insgesamt drei wissenschaftlichen Publikationen veröffentlicht.

Außerdem gaben wir zum Geschäftsjahresende die Übernahme des belgischen Life-Science-Unternehmens S-Biomedic bekannt. Das Unternehmen, in das wir bereits im Jahr 2018 im Rahmen unserer Corporate-Venture-Aktivitäten investiert haben, gilt als Vorreiter auf dem Gebiet der Hautmikrobiomforschung. S-Biomedic wird weiter als eigenständige Einheit im Rahmen des bestehenden Mikrobiomprogramms von Beiersdorf geführt und als solche unsere konzerneigenen Forschungsaktivitäten auf dem Gebiet komplementieren und soll somit unsere Innovationskraft stärken.

Unser geistiges Eigentum und die Ergebnisse unserer intensiven Forschungsaktivitäten schützen wir im Rahmen **globaler Patente**. Unser globales Patentportfolio umfasste zum Ende des Berichtsjahres rund 1.500 aktive Patente (Vorjahr: rund 1.800). Weltweit haben wir im Berichtsjahr etwa 50 neue Patente angemeldet (Vorjahr: 64). Rund 600 Patente befanden sich zum 31. Dezember 2022 im laufenden Erteilungsverfahren (Vorjahr: 900).

Transformation der F&E-Organisation

Zum 1. Juni des Berichtsjahres haben wir die F&E-Organisation neu aufgestellt. Mit der neuen Struktur wollen wir den Bereich zukunftsfähig gestalten und im Sinne des unternehmensweiten Transformationsprozesses noch stärker auf die veränderten Rahmenbedingungen und Ansprüche der Verbraucher*innen eingehen. Ziel ist es, sich auf weniger Innovationen mit mehr Durchschlagskraft zu fokussieren („FEWER, BIGGER, BETTER“) und sie deutlich schneller auf den Markt zu bringen. Gleichzeitig sollen so die nötigen Voraussetzungen geschaffen werden, um vernetzter zusammenzuarbeiten, gemeinsam zu lernen und noch stärker Synergien zu nutzen – zwischen dem Headquarter und den Innovationszentren sowie den Entwicklungslaboren, aber auch mit anderen Funktionen innerhalb der Organisation. Dabei stützt sich das Modell auf vier Eckpfeiler: „Breakthrough Innovations“ (Bahnbrechende Innovationen), „Grow the Core“ (Kerninnovation und Portfolioerweiterung), „One Global R&D“ (Starkes globales R&D-Netzwerk) und „Sustainability“ (Nachhaltigkeit). Das neue Organisationsmodell folgt der Dreiklang-Strategie „Explore, Enable, Exploit“ (Erkunden, Ermöglichen, Entwickeln). Die Explore-Teams sollen in der Frühphase an der Entwicklung von Innovationen arbeiten und die Wünsche der Konsument*innen mit unserer Hautexpertise verbinden. Die Enable-Teams ermöglichen das nahtlose Ineinandergreifen von der Idee zum Produkt. Hier werden neue Methoden entwickelt und die Wirksamkeit unserer Produkte getestet. Die Exploit-Teams konzentrieren sich darauf, unsere Kerninnovationen wie Q10 mit Relaunches oder Portfolioerweiterungen und die sogenannten „Breakthrough“-Innovationen wie Thiamidol bzw. W630 zur Marktreife zu bringen und effizient durch den Integrated Innovation Management (IIM) Prozess zu steuern.

Kollaboration fördert die Innovationskraft

Für Beiersdorf ist die Zusammenarbeit mit externen Partnern ein wichtiger Teil der Forschungs- und Entwicklungsarbeit. Dahinter steht die Überzeugung, 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. Zu unseren globalen Kollaborationspartnern gehörten im Berichtsjahr eine Vielzahl unterschiedlicher Forschungsinstitute, Hochschulen, Start-ups, unabhängiger Wissenschaftler*innen und Lieferanten.

Neben konkreten Kooperationsvereinbarungen setzen wir auf das Prinzip der „Open Innovation“ und binden externe Partnerschaften in viele unserer Entwicklungsprojekte und das Rohstoff-Scouting ein. Diese Open Innovation-Aktivitäten bündeln wir seit 2016 unter dem Namen „Pearlfinders – We Open Innovation“. Über die zugehörige Online-Plattform „Trusted Network“ bieten wir Interessierten aus allen Teilen der Welt Zugang zu unseren vertraulichen, wissenschaftlichen Fragestellungen. Das auf gegenseitigem Vertrauen, Fairness und Partnerschaft basierende Netzwerk lädt sie zudem dazu ein, eigene Ideen und Lösungsansätze einzubringen.

Ergänzend zu diesem Netzwerk ist Beiersdorf seit Mitte 2022 mit einem Sitz im Stiftungsrat des Hamburger Forschungszentrums DESY vertreten. Dadurch erhalten wir nicht nur wertvolle Einblicke in die neuesten interdisziplinären und breit gefächerten Forschungsprojekte des DESY-Forschungszentrums sowie der mit ihm kooperierenden Forschungseinrichtungen – wir erlangen auch die Möglichkeit, den Aufbau von Start-up-Innovationszentren in Hamburg weiter mitzugestalten.

Mit dem Ziel, den Austausch mit interessanten Start-ups zu intensivieren und zugleich Partner mit innovativen und nachhaltigen Rohstoff- und Verpackungslösungen zu finden, initiierten Kolleg*innen des F&E-Start-up-Scouting-Teams gemeinsam mit dem langjährigen Partner und Spezialchemie-Unternehmen Evonik im Juni des Berichtsjahres den „Joint Corporate Start-up Pitch Day on Sustainability“. Aus mehr als 100 Bewerbungen wurden 15 Start-ups aus verschiedenen Ländern ausgewählt, um an diesem Tag ihre Technologien und Geschäftsmodelle – primär in den Bereichen nachhaltige Biotechnologie, grüne Chemie, nachhaltige Verpackung und digitale Lösungen – detailliert vorzustellen und gemeinsam Möglichkeiten einer Partnerschaft zu evaluieren.

Eine besondere Partnerschaft schlossen wir im Geschäftsjahr 2022 zudem mit dem südkoreanischen Lieferanten COSMECCA KOREA. Die südkoreanische Kosmetikindustrie gilt als hochinnovativ und unter dem Begriff „K-Beauty“ als Ursprungsort zahlreicher Produkttrends, die später auch Eingang in die Hautpflegeroutine vieler Europäer*innen finden. COSMECCA verfolgt das Ziel, Trends zu setzen, indem es die Bedürfnisse der Verbraucher*innen reflektiert und dazu mit globalen Partnern kooperiert. Der gemeinsame Launch eines Eucerin Produkts auf dem ostasiatischen Markt ist bereits ein Beispiel für die gute Zusammenarbeit.

Starkes Forschungsnetzwerk

Beiersdorf zeichnet sich durch eine globale Präsenz der Forschung und Entwicklung aus. Dieses weltweite Forschungsnetzwerk stärkt uns und trägt maßgeblich zu unserem Erfolg bei. Größter Standort unseres globalen Forschungs- und Entwicklungsnetzwerks ist unser Hautforschungszentrum in Hamburg, in dem wir zum 31. Dezember 2022 insgesamt 738 (Vorjahr: 741) Forscher*innen sowie Entwickler*innen beschäftigten. Hier betrieben wir im Wesentlichen die wichtige anwendungsorientierte Forschung. Sie hilft uns dabei, die hauteigenen (Stoffwechsel-)Prozesse besser zu verstehen und basierend auf diesem Wissen neue, bedarfsgerechte Produkte zu entwickeln – zum Beispiel mit neuen Wirkstoffen oder unter Zuhilfenahme neuer Technologien wie der künstlichen Intelligenz. Die von uns im Jahr 2021 neu gegründete Abteilung „Early Innovation“ hilft uns zusätzlich dabei, unsere Innovationskraft zu stärken und die externe Wahrnehmung von Beiersdorf als führender Innovator in der Hautpflege zu fördern. Die 19-köpfige Einheit (Vorjahr: 16 Mitarbeitende) verfolgt das Ziel, eine marken- und kategorieübergreifende, langfristige Innovations-Roadmap mit starken Innovationsgeschichten voranzutreiben. Das Team fungiert dabei als Katalysator zwischen allen beteiligten Fachfunktionen, die am Innovationsprozess beteiligt sind. Eine konkrete Maßnahme im Berichtsjahr war die Ausrichtung der ersten sogenannten „Innovation Fair“, eine interne Messe rund um laufende Innovationsprojekte, die Inspiration, Austausch und strategische Diskussion fördert.

Da Produktqualität, -sicherheit und -verträglichkeit für Beiersdorf oberste Priorität haben, werden neu entwickelte Produkte vor der Markteinführung sowohl extern als auch im Beiersdorf eigenen Testcenter innerhalb des Hautforschungszentrums intensiv getestet. Im Berichtszeitraum haben wir allein in Hamburg insgesamt 350 Studien mit 8.000 Teilnehmenden durchgeführt (Vorjahr: 330 Studien mit 8.500 Teilnehmenden). Extern führten wir im Jahr 2022 weitere 1.320 Studien mit 32.000 Teilnehmenden durch (Vorjahr: 1.300 Studien mit 33.500 Teilnehmenden).

Neben dem großen Hautforschungszentrum in Hamburg umfasst unser globales Forschungs- und Entwicklungsnetzwerk zwei große Innovationszentren in China (Shanghai) und den USA (New Jersey) sowie Entwicklungslabore in Brasilien, Indien und Japan. Sie ermöglichen es 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, die uns für unsere globale Forschungs- und Entwicklungsarbeit wertvolle Impulse und Erkenntnisse liefern.

Unser im Juli 2020 eröffnetes **Innovationszentrum** in **Shanghai, China**, der mit 7.500 m² zweitgrößte Standort in unserem Forschungsverbund, setzte im abgelaufenen Geschäftsjahr auf drei strategische Prioritäten: Digitalisierung, mehr Schnelligkeit in der Entwicklung und Nachhaltigkeit. Bei der Digitalisierung ging es darum, künstliche Intelligenz und Automatisierung in unsere Arbeitsabläufe zu integrieren, wie beispielsweise bei der Produktneueinführung der NIVEA MEN Oil Control Serie. Durch die Anwendung eines KI- und Computersimulations-Tools konnten Risiken in der Entwurfsphase minimiert und eine schnellere und reibungslosere Verpackungsentwicklung und -einführung realisiert werden. Den schnelleren Bau von Prototypen in Verbindung mit der Möglichkeit des labor-internen 3D-Drucks ermöglichte uns die Anschaffung der weltweit ersten Desktop-Spritzgussmaschine in einem Verpackungsprototyping-Labor. Die Nutzung von künstlicher Intelligenz erlaubt es uns, die langfristige Stabilität besser vorherzusagen und die Anzahl der erforderlichen Testchargen deutlich zu reduzieren. Einen weiteren Erfolg verzeichnete unser Innovationszentrum in Shanghai im Jahr 2022 durch die erstmalige Einführung von 100 % lebensmittelechten PCR-HDPE-Flaschen in der NIVEA MEN Oil Control Serie und von 100 % lebensmittelechten PCR-PET-Flaschen bei dem Launch des NIVEA MEN Sensitive Pro Rasierschaums. Nachhaltigkeit gewinnt auch für Verbraucher*innen in Nordostasien zunehmend an Bedeutung – durch die Umsetzung der globalen Beiersdorf Nachhaltigkeitsagenda und die deutliche Reduktion des Einsatzes von PCR-Material um mehr als 1.100 % im Vergleich zu 2021 entspricht Beiersdorf in Asien dem Wunsch vieler Verbraucher*innen.

Weitere neue Produkt-Launches, die wir im Berichtsjahr speziell für den asiatischen Markt entwickelten, sind im Abschnitt „Produkt-Highlights“ zu finden.

Unser hochmodernes **Innovationszentrum** im Florham Park in **New Jersey, USA**, hat im Jahr 2022 die intensiven klinischen Forschungen und die Entwicklung lokaler Produktinnovationen der Marken NIVEA, Eucerin, Aquaphor und Coppertone für den nordamerikanischen Markt weiter fortgesetzt. Der Standort umfasst unter anderem ein spezielles Sensoriklabor für die stärkere Interaktion mit den Verbraucher*innen und arbeitet im Bereich der Sonnenschutzinnovationen eng mit dem Entwicklungslabor in Hamburg zusammen. Im Berichtsjahr expandierte Eucerin Sun mit insgesamt sieben Sonnenschutzprodukten in die USA und betrat damit den größten Sonnenschutzmarkt der Welt. Durch das Angebot von Sonnenschutzprodukten, die die individuellen Hautindikationen berücksichtigen und zudem noch gut zur Haut sind, übernahm Beiersdorf einen sogenannten „White Spot“ auf dem nordamerikanischen Markt. Da Sonnenschutzmittel in den USA besonderen Regularien unterliegen, konnten die bestehenden globalen Eucerin Sun Produkte nicht einfach übernommen werden. Unsere Forscher*innen im Innovationszentrum in New Jersey entwickelten auf Basis von fünf Antioxidantien sowie weiteren Inhaltsstoffen neue Formeln. Mit diesen entsprechen wir nicht nur den gesetzlichen Anforderungen, sondern wollen auch den Bedürfnissen der Verbraucher*innen gerecht werden. Näheres zu den Produktinnovationen der Marken Coppertone und Aquaphor findet sich im Abschnitt „Produkt-Highlights“.

Digitalisierung und künstliche Intelligenz

Themen wie künstliche Intelligenz (KI) und Digitalisierung gewinnen in der Hautforschung immer stärker an Bedeutung. Auch Beiersdorf trieb die Forschungsaktivitäten und die Weiterentwicklung in diesen Bereichen in den vergangenen Monaten, wie schon vorab durch einige Beispiele verdeutlicht, voran. Im Jahr 2022 setzten wir unsere KI-basierte, weltweite Hautstudie SKINLY fort. Das bereits Ende 2019 gestartete Projekt zählt bis heute zu den weltweit größten Hautpflegestudien mit Verbraucher*innen. Das Besondere dabei: Konsument*innen werden bei dieser Studie aktiv mittels digitaler Tools – einem speziellen Messgerät (inklusive eines Feuchtigkeitsensors und drei

unterschiedlicher Lichtquellen) und einer ergänzenden App – eingebunden und übermitteln bis zu zwei Mal am Tag die individuellen Hauteigenschaften, also Hautalter, Faltentiefe, Hautton, Tönungen und Unreinheiten, aber auch Informationen zu den Themen Schlaf, Ernährung, Hautbesonderheiten, Zyklus oder klimatische Bedingungen. Die Ergebnisse helfen uns dabei, unsere Verbraucher*innen und ihre Haut sowie den Einfluss äußerer Faktoren besser zu verstehen. Das aufgebaute Ökosystem lernt mittels „Machine Learning“ auf Basis künstlicher Intelligenz mit jeder Messung dazu.

Seit Ende 2019 haben bereits mehr als 16.000 Konsument*innen im Alter zwischen 18 und 80+ Jahren in verschiedenen Ländern teilgenommen. Dabei wurden mehr als 600 Millionen Datenpunkte und mehr als 80 Millionen hochwertige Hautbilder gemessen und generiert. Je mehr Qualitätsdaten vorliegen, desto besser können unsere Datenwissenschaftler*innen aus ihnen relevantes, umsetzbares neues Wissen für unsere Forschung und Entwicklung sowie unser Marketing ziehen.

Auch im Bereich der Formelentwicklung und -optimierung griffen wir im Berichtsjahr auf die Möglichkeiten der künstlichen Intelligenz zurück. Die KI-Technologie und -Plattform unseres Partners Uncountable ermöglichte es uns, komplexe Datenmengen schneller zu bearbeiten und so effizienter neue, nachhaltigere Formeln zu entwickeln. Ergänzend dazu begannen wir im Berichtsjahr mit dem Einsatz eines Formulierungsroboters für die Rezepturenentwicklung. Er ermöglicht uns die effiziente Erforschung von Prozessparametern in kleinerem Maßstab für einen nachhaltigeren Upscaling-Prozess unserer Formeln. Ebenso relevant sind die Themen Automatisierung und künstliche Intelligenz bei der Forschung und Entwicklung zukünftiger Wirksamkeitstests an Testpersonen. Dies zeigte unsere im Berichtsjahr angelaufene Zusammenarbeit mit der Technischen Hochschule Wildau. Gemeinsam entwickeln wir ein Robotersystem für automatisierte In-vivo-Messungen, um Daten in höherer Qualität und Quantität zu gewinnen. Erste Machbarkeitsstudien sind bereits erfolgreich verlaufen.

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 ausbauen.

F&E-Nachhaltigkeitsversprechen¹

Die kontinuierliche Entwicklung innovativer, hochqualitativer Hautpflegeprodukte hat uns in den letzten 140 Jahren zu einem der weltweit führenden Hautpflegeunternehmen gemacht. Unser Anspruch war dabei immer, kontinuierlich neue Innovationen auf den Markt zu bringen, die unseren Konsument*innen einen Mehrwert bieten und ihre Bedürfnisse bestmöglich erfüllen. Ein Kriterium, das aus Sicht der Verbraucher*innen in den vergangenen Jahren zunehmend an Bedeutung gewann, ist die Umweltverträglichkeit unserer Produkte. Dies gilt sowohl für die Formeln der Produkte als auch deren Verpackungen. Aus Überzeugung optimieren wir beides Jahr für Jahr im Sinne der vier Nachhaltigkeitsprinzipien „vermeiden, reduzieren, wiederverwenden und recyceln“. Das heißt, wir verwenden beispielsweise Inhaltsstoffe mit geringeren Emissionen oder wir reduzieren Material- oder Abfallmengen, integrieren recycelte Materialien und verwenden Alternativen zu erdölbasiertem Kunststoff. Dazu passend haben wir im Jahr 2021 unseren eigenen Anspruch in unserem F&E-Nachhaltigkeitsversprechen festgehalten. 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. Zahlreiche unserer Produkt-Highlights belegen, welche Fortschritte wir hier erzielen. Beispielsweise haben wir im Berichtsjahr die neue, klimafreundlichere NIVEA Soft Formel auf den Markt gebracht. Auch mit dem Relaunch des neuen NIVEA Duschpflegesortiments ist uns im Berichtsjahr ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu klimafreundlicheren Produkten gelungen. Diese werden im Abschnitt „Produkt-Highlights“ im Abschnitt näher vorgestellt.

Bezogen auf unsere Produktverpackungen haben wir 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 30 % erhöhen und den Verbrauch von

¹ Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

erdölbasiertem Neukunststoff durch recycelten Inhalt und die Reduzierung des Verpackungsgewichts um 50 % senken wollen. Auch die Kreislaufwirtschaft wird von uns mit großer Priorität gezielt gefördert. Dabei geht es darum, Materialien immer wieder zu verwenden, ohne dass neue, zusätzliche Ressourcen verbraucht werden. Bei all unseren Nachhaltigkeitsbemühungen setzen wir auf die Zusammenarbeit mit Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette, um bedeutende Veränderungen zu erreichen und den Wandel voranzutreiben. Zudem engagieren wir uns in verschiedenen branchenübergreifenden Gremien, um beispielsweise die Kunststoffsortierung weiter zu verbessern und einen Kunststoff-Standard für den Einsatz von recyceltem Kunststoff zu definieren.

Ein konkretes Beispiel im Verpackungskontext ist die „Design4Circularity“-Initiative, eine Kooperation mit Clariant, Siegwirk und Borealis. Sie verfolgt das Ziel, verschiedene Fachkenntnisse zu vereinen und gemeinsam recycelbare Konsumverpackungen auf der Basis von 100 % wiedergewonnenem Altverpackungskunststoff aus Verbrauchsquellen (Post-Consumer Rezyklat, PCR) für Kosmetikanwendungen zu kreieren und einen neuen industriellen Standard für echte Kreislaufverpackungen zu schaffen. Als erstes Ergebnis präsentierte die Initiative eine farblose Polyolefin-Flasche mit 100 % PCR-Anteil und einer bedruckten, entfärbbaren Schrumpfbänderole rund um den gesamten Flaschenkörper. Alle Materialien des NIVEA Prototyps sind technisch komplett recycelbar, können wiedergewonnen und für die gleiche hochwertige Anwendung wiederverwendet werden.

Um weiteres, neues Potenzial im Bereich nachhaltiger Innovationen und der Kreislaufwirtschaft zu erschließen, investierte Beiersdorf im Berichtsjahr zudem erstmals in zwei Venture Capital Fonds. Die Partnerschaften mit Emerald Technology Ventures und Revent ermöglichen uns den Zugang zu mehreren vielversprechenden Gründer*innen und innovativen Start-ups umweltfreundlicher Technologien und nachhaltiger Geschäftsmodelle. Emerald Technology Ventures übernimmt beispielsweise die Vorevaluierung der Start-ups – wir können mit ihnen im nächsten Schritt direkt kooperieren und auch direkt investieren. Alle Start-ups, die zu diesem Fonds gehören, bringen in dem Bereich bereits multiple und globale Erfahrungen mit, die unser Know-how ergänzen. Bei beiden Investitionen sehen wir großes Potenzial, unsere Open-Innovation-Aktivitäten im Bereich der Verpackungen und der nachhaltigen Transformation zu fördern – ein wichtiger Beitrag, um unsere ambitionierten Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

Produkt-Highlights²

Die Entwicklung von Hautpflegeinnovationen ist unsere Kernkompetenz und ein wichtiger Baustein für unseren nachhaltigen Unternehmenserfolg. Unsere gut gefüllte Innovationspipeline basiert auf unserer starken Innovationskultur, die seit jeher in unserer Forschung und Entwicklung gelebt wird. Gleichzeitig zielen wir darauf ab, mit der kontinuierlichen Einführung innovativer Hautpflegeprodukte den Bedarfen und Wünschen unserer Konsument*innen bestmöglich zu entsprechen 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:

- Die neue **NIVEA CELLULAR Expert Lift Serie** basiert auf einer hochwirksamen Kombination aus reinem Bakuchiol, über das in vitro-Nachweise zeigen, dass es wie ein Kollagen-Booster wirkt, und zwei verschiedenen Arten von Hyaluronsäure. Die Produkte definieren die Konturen, straffen die Haut und mildern selbst tiefe Falten – für ein gestrafftes Aussehen. Die neue Serie besteht aus der **NIVEA CELLULAR Expert Lift Anti-Age Tagescreme LSF 30**, der **NIVEA CELLULAR Expert Lift Anti-Age Nachtcreme** und der **NIVEA CELLULAR Expert Lift Tuchmaske**.
- Mit 19 neu überarbeiteten Produkten haben wir im Berichtsjahr zudem die **NIVEA Essentials Gesichtspflegeserie** gestärkt. Die Produkte für den Tag – wahlweise mit Lichtschutzfaktor 15 oder

² Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

30 - und für die Nacht enthalten den in vielen Ländern als Marke geschützten NIVEA Moisture Care Complex, spenden langanhaltende Feuchtigkeit und die Formeln sind vegan, d. h. sie enthalten keine tierischen Inhaltsstoffe. Besonderes Augenmerk wurde auf die Umweltverträglichkeit gelegt: Entsprechend unserer Nachhaltigkeitsagenda sind die Formeln frei von Mikroplastik und bestehen ausschließlich aus biologisch abbaubaren Polymeren. Zudem sind die Tuben zu 89 %, Tiegel und Faltschachtel zu 100 % recycelbar.

- Die neue **NIVEA Derma Skin Clear Gesichtereinigungsreihe** reinigt und verbessert das Hautbild von unreiner Haut. Die veganen und milden Formeln enthalten keine tierischen Inhaltsstoffe, setzen auf eine hochwirksame Verbindung von Salicylsäure und Niacinamid für den Tag und von Salicylsäure, Niacinamid und Glykolsäure für die Nacht. Dieser Säurekomplex mit Peeling-Eigenschaften unterstützt den natürlichen Erneuerungsprozess der Haut, um das Wiederauftreten von Hautunreinheiten deutlich zu reduzieren und zu verhindern. Die neue, effektive Serie umfasst das **NIVEA Derma Skin Clear Waschgel**, das **NIVEA Derma Skin Clear Gesichtswasser**, das **NIVEA Derma Skin Clear Anti-Unreinheiten Peeling** sowie das **NIVEA Derma Skin Clear Nacht Peeling Serum**.
- Mit dem neuen **NIVEA SUN LUMINOUS630® Anti-Pigmentflecken Sonnenschutz LSF 50** haben wir im Jahr 2022 unser Sonnenschutz-Sortiment um eine UV-Gesichts-Produktvariante ergänzt. Die Formel mit dem LUMINOUS630®-Wirkstoff ist besonders effektiv gegen sonnenbedingte Pigmentflecken und bietet sofortigen Schutz vor kurz- und langfristigen UVA-/UVB-Hautschäden sowie vor sonnenbedingter, vorzeitiger Hautalterung. Die leichte, nicht fettende Textur der Sonnencreme erfrischt die Haut und hinterlässt ein geschmeidiges Hautgefühl.
- Nachhaltige Verbesserungen konnten wir im Berichtsjahr auch bei unserem Bestseller **NIVEA Soft** bewirken. Das Produkt baut nun auf eine verbesserte, nachhaltigere Formel, die - angereichert mit Vitamin E und 100 % natürlichem Jojobaöl - die Haut noch besser mit Feuchtigkeit versorgt. Das neue Produkt enthält zu 95 % natürlich gewonnene Inhaltsstoffe, die Formel ist vegan, enthält also keine tierischen Inhaltsstoffe und ist zu 98 % biologisch abbaubar (gemäß OECD oder äquivalenten Methoden). Der CO₂-Fußabdruck der NIVEA Soft wurde im Hinblick auf die Inhaltsstoffe um bis zu 40 % reduziert verglichen zur vorherigen Formel. Die Feuchtigkeitscreme ist für alle Hauttypen geeignet, als Gesichtscreme, Make-up-Grundierung und kann am ganzen Körper verwendet werden. Sie sorgt für ein gesundes, strahlendes Aussehen der Haut.
- Auch mit dem Relaunch der neuen **NIVEA Duschpflugeserie** ist uns im Berichtsjahr ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu klimafreundlicheren Produkten gelungen: Die neuen Formeln mit Vitaminen und Ölen schützen die Haut, sind frei von Mikroplastik und zu 99 % biologisch abbaubar (gemäß OECD oder äquivalenten Methoden). Die Flaschen (ohne Kappen und Label) bestehen zu mindestens 96 % aus recyceltem Kunststoff und sind bis zu 26 % leichter als bisher, wodurch die verpackungsbedingten CO₂-Emissionen um 32 % gesenkt werden konnten. Die Produkte sind nun zu 100 % „klimaneutralisiert“³ und leisten einen positiven Beitrag zu unserer Mission „Climate Care“ im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN. Weitere Informationen hierzu finden Sie unter www.nivea.de/nachhaltigkeit.
- Mit den neuen **NIVEA Deo Sticks** haben wir im Berichtsjahr eine weitere nachhaltige Innovation im Markt etabliert. Mithilfe einer neuen, patentierten Technologie ist es uns gelungen, die Emulsionstechnologie für feste Anti-Transpirant Sticks zu nutzen. Damit ist es uns möglich, silikonfreie Deo-Sticks zu vermarkten, mit denen wir insgesamt einen geringeren CO₂-Fußabdruck aufweisen. Ergänzend zur neuen Formel kommen die neuen Sticks in einer leichteren, modernen Verpackung daher, die 23 %/ml weniger an Material verbraucht.
- Im Juni 2022 brachten wir mit der **NIVEA MEN „Feuchtigkeitspflege Climate Care“** ein innovatives, klimaneutralisiertes³ Produkt in den Handel, bei dem wir als erster Hersteller von Hautpflegeprodukten überhaupt einen Inhaltsstoff einsetzen, der aus recyceltem CO₂ gewonnen wurde: Ethanol.

³ www.nivea.de/ueber-uns/eine-haut-eine-welt-eine-pflege/unser-engagement/unsere-vision-klimaneutralitaet

Ethanol als zentraler Inhaltsstoff trägt zu einem erfrischenden Hautgefühl bei. Zudem ist die Formel hautberuhigend und versorgt die Haut mit Feuchtigkeit.

- Nach der erfolgreichen Einführung des **Eucerin DERMOPURE Triple Effect Serums** in den Markt für Produkte gegen Pickelmale im Jahr 2021 haben wir im Berichtsjahr mit dem Relaunch der Serie **Eucerin Hyaluron-Filler + Elasticity** und **Eucerin Anti-Pigment Teint Perfektionierendes Serum** weitere Produkte mit unserem patentierten Anti-Pigment-Wirkstoff Thiamidol auf den Markt gebracht. Die überarbeitete Produktserie **Eucerin Hyaluron-Filler + Elasticity** ist dafür da, tiefe Falten und Altersflecken zu mildern und die Elastizität und Ausstrahlung der Haut zu verbessern. Der innovative Mix aus hoch- und niedermolekularer Hyaluronsäure polstert tiefe Falten sichtbar von innen auf, während eine leistungsstarke Kombination aus Arctiin und Kreatin (Kollagen-Elastin-Komplex) die Kollagenproduktion anregt und die Elastizität der Haut erhöht. Das ebenfalls enthaltene Thiamidol mildert bereits nach zwei Wochen Altersflecken sichtbar. Das **Eucerin Anti-Pigment Teint Perfektionierendes Serum** mit einer Kombination aus Hyaluronsäure und Glycerin versorgt die Haut mit Feuchtigkeit, mildert Pigmentflecken mithilfe des patentierten Wirkstoffs Thiamidol sichtbar und beugt ihnen vor – für einen ebenmäßigen und strahlenden Teint.
- Als Ergänzung des Eucerin Sun Sortiments lancierten wir im Jahr 2022 insgesamt drei Sonnenschutz-Innovationen mit Tönungs-Effekt: **Eucerin Oil Control Tinted Face Sun Gel-Creme LSF 50+** schützt fettige und zu Akne neigende Haut vor sonnenbedingten Hautschäden und bietet 12 Stunden lang Öl- und Glanzkontrolle sowie Farbpigmente für einen gleichmäßigen Hautton. Die mit Hyaluron angereicherte Formel der neuen **Eucerin Photoaging Control Tinted Face Sun Gel-Creme LSF 50+** hilft, erste Anzeichen der (HEVIS-bedingten) Hautalterung zu reduzieren und den Teint durch die Farbpigmente zu vereinheitlichen. Mit der neuen **Eucerin Pigment Control Tinted Face Sun Gel-Creme LSF 50+** haben wir im Berichtsjahr zudem einen hochwertigen Gesichtssonnenschutz für alle Hauttypen auf den Markt gebracht. Die Formel hilft, sonnenbedingte Hyperpigmentierung wirksam zu reduzieren sowie deren Neuentstehung bei regelmäßiger Anwendung effektiv vorzubeugen. Zusätzlich sorgen die Farbpigmente auch hier für einen ebenmäßigen Hautton. Alle drei Produkte kombinieren UVA-/UVB-Filter für einen sehr hohen UV-Schutz und Licochalcone A zur Neutralisierung von freien Radikalen, die durch UV- und energiereiches sichtbares Licht entstehen.
- Mit **GREEN & PROTECT** haben wir unter den Marken Hansaplast, Elastoplast und CURITAS das erste klimaneutralisierte⁴ Pflaster ins Sortiment eingeführt. Alle wesentlichen Aspekte der GREEN & PROTECT Pflaster wurden im Hinblick auf die Nachhaltigkeit optimiert und mit der bewährten Produktleistung und zuverlässigem Wundschutz verbunden. Wundaufgabe und Trägermaterial sind aus natürlich gewonnenen Fasern hergestellt. Das Holz, das für sie und das Trennpapier verwendet wird, wird zudem von FSC®-zertifizierten Wäldern bezogen. Darüber hinaus ist die Verpackung ungebleicht, besteht zu 93 % aus Recyclingmaterial und hat das geringste mögliche Gewicht für das verwendete Material.
- Unter unserer Luxusmarke **La Prairie** haben wir im Jahr 2022 die **White Caviar Essence Extraordinaire**, eine transformative Gel-Wasser-Essenz, auf den Markt gebracht. Die seidig schimmernde Lotion gleitet auf die Haut und entfaltet ihre außergewöhnliche Wirkung. Sie spendet sofort Feuchtigkeit für eine glattere, strahlendere Oberfläche sowie ein erfrischendes Gefühl. Angereichert mit eingekapselter Lumidose™, dem außergewöhnlichen Leuchtmolekül, mildert es das Erscheinungsbild von Altersflecken und Mattheit und sorgt dafür, dass sich die Haut hydratisiert und aufgepolstert anfühlt.
- Ebenfalls neu eingeführt wurde der **La Prairie Pure Gold Radiance Nocturnal Balm**, mit dem exklusiven Pure Gold Diffusion System™, einem reichhaltigen Balsam, der den nächtlichen Regenerationsprozess der Haut unterstützt und sie mit Energie versorgt, um ihre Leuchtkraft wiederherzustellen. Das Pure Gold Diffusion System™ versorgt die Haut mit einer dreistufigen

⁴ www.hansaplast.de/ueber-hansaplast/unser-engagement-fuer-mehr-nachhaltigkeit

Wirksequenz. Zunächst lagert sich das Gold sofort auf der Hautoberfläche ab und verleiht der Haut ein sofortiges Strahlen. Es folgt eine intensive Infusion von aufbauenden Inhaltsstoffen. Abschließend erfolgt eine gleichmäßige Freisetzung der regenerierenden Inhaltsstoffe, die mit den auf der Hautoberfläche abgelagerten Goldpartikeln verbunden sind. Über Nacht wird die Haut optimal gepflegt und verwöhnt.

- Die dritte Innovation, die **La Prairie** auf den Markt gebracht hat, ist das **Skin Caviar Harmony L'Extrait**. Das Verpackungsdesign von Skin Caviar Harmony L'Extrait folgt den Codes der Bauhaus-Bewegung, ein kobaltblaues Glasfläschchen umschließt die Formel in seinem Inneren. Beim Auftragen verschmelzen mikrofluidische Kügelchen zart mit dem sie umgebenden Gel und verwandeln sich in ein leichtes Extrait. Die Gesichtskonturen erscheinen neu modelliert und die Haut wirkt bei fortgesetzter Anwendung langfristig gestrafft.
- Die Gesichtspflege **Sheer Glow Rose Face Tint** von **Chantecaille®** verbindet die Wirkung von Hautpflege mit Make-up. Die Kombination vereint das Beste aus beiden Welten: hochwertige Inhaltsstoffe, wie Anti-Aging-Wirkstoffe auf pflanzlicher Basis und Peptide, die die Haut mit Feuchtigkeit versorgen und die rosige Nuance, die einen zarten, schimmernden Glow zaubert. Um nur einen Hauch von rosiger Frische zu erzielen, kann das Produkt auch mit einer Feuchtigkeitscreme oder Foundation gemischt werden.

Als Ergebnis unserer regionalen Forschungsarbeit haben wir im Berichtsjahr zudem eine Reihe an lokalen Innovationen auf den Markt gebracht:

- Die neue **NIVEA Radiant & Beauty Produktreihe** wurde speziell für Verbraucher*innen mit dunklem Hautton entwickelt und auch an diesem Hautton getestet. Die Produkte sind das Ergebnis umfangreicher Studien mit rund 9.000 Befragten in Afrika südlich der Sahara und in Brasilien. Die Formeln enthalten fünf Vitamine und verschiedene Öle.
- Um auf dem chinesischen Markt dem Trend für Premium-Produkte zu entsprechen, brachte NIVEA im Mai 2022 mit dem **NIVEA Pro Sensitive Amino Acid Gesichtereinigungsgel** die erste Premium-Gesichtspflegeserie auf den Markt. Sie ist sowohl als Pumpspender als auch im Tuben-Format verfügbar und hat eine ansprechende Verpackung sowie eine milde Formel.
- Ebenfalls für den chinesischen Markt wurde die neue Körperpflegeserie **Doukou** entwickelt, die im Juli des Berichtsjahres in den Handel eingeführt wurde. Sie spricht mit ihrer Verpackung und den Produktfarben sowie digitalen Add-ons die junge asiatische Zielgruppe an. Die Produkte gelangten innerhalb von vier Wochen nach Verkaufsstart auf Platz 2 der Tmall-Verkaufscharts.
- Eucerin lancierte im Berichtsjahr mit der **Eucerin Even Radiance Serie** die ersten Asien-exklusiven Produkte. Die Serie ist auf die starke regionale Nachfrage nach aufhellenden Hautpflegeprodukten und die daraus resultierenden Pflegebedürfnisse zugeschnitten und umfasst neben Feuchtigkeitscremes auch eine Augencreme, eine Tuchmaske sowie Ampullen.
- Die auf dem US-amerikanischen Markt eingeführten **Eucerin Sun Produkte** sind weitere Produkt-Highlights des Berichtsjahres. Insgesamt sieben Sun Produkte sind im ersten Quartal auf den Markt gekommen, darunter zwei dermokosmetische Sonnenschutzprodukte für das Gesicht - für fettige und zu Akne neigende Haut sowie eine Anti-Aging-Creme - und fünf Produkte für den gesamten Körper - wahlweise für trockene oder empfindliche Haut. Fünf Antioxidantien, der spezielle „5 AOX Shield“-Komplex, und weitere spezielle Inhaltsstoffe sorgen dafür, dass freie Radikale bekämpft werden und sich die Haut zusätzlich gesund anfühlt.
- Mit den **Aquaphor Healing Balm Sticks** brachten wir im Jahr 2022 eine weitere (OTC-)Innovation auf den US-Markt: Die Produkte sind wahlweise für Babys oder Erwachsene erhältlich und kombinieren einen wirksamen Hautschutz, um Hautirritationen sofort zu lindern und zu heilen, mit einer praktischen, leicht anzuwendenden Stift-Applikation. Die Balsamformel entwickelten wir mit

unserem strategischen Partner Weckerle. Im Rahmen dieses Projektes wurde das neue Weckerle-Produktionszentrum im US-amerikanischen Kalifornien auditiert und in Betrieb genommen und steht seit 2022 für neue ODM-Projekte mit USA-Fokus zur Verfügung.

tesa

Produkt- und Technologie-Entwicklung⁵

Kleben statt Schrauben und Schweißen

Wie schon in den vergangenen Berichtsjahren hat tesa die Technologien für strukturelles Verkleben im Jahr 2022 weiter ausgebaut. Damit können auch hochfeste Fügeverfahren wie z.B. Schrauben, Nieten und Schweißen ersetzt werden.

tesa konnte weitere neue Produkte entwickeln, die bei niedrigen Temperaturen aushärten. Besonders in elektronischen Endgeräten ist deren Anwendung sehr vorteilhaft. Großkunden konnten beispielsweise mit neuen Prototypen bemustert werden, deren Härtungsmechanismen passgenau auf deren Fertigungsprozesse abgestimmt sind. Bei der Verklebung der Bauteile zum Aufbau der Außenhülle von Mobiltelefonen hat sich die eingesetzte Technologie besonders bewährt, um die empfindlichen elektronischen Komponenten optimal zu schützen und die nötigen Verklebungsflächen zu verkleinern.

Nachhaltige Produkt- und Technologiekonzepte

Die Technologie-Entwicklung wurde konsequent auf die Nachhaltigkeitsstrategie (siehe tesa Nachhaltigkeitsbericht⁶) ausgerichtet. Das führte zu einer Vielzahl an neuen Produkten mit hervorragender Produktnachhaltigkeit.

Für das Distributionsgeschäft hat tesa Prototypen neuer biobasierter Verpackungsklebebänder entwickelt. Die eingesetzten Technologien konnten kürzlich sogar auf anspruchsvolle Maskierungsklebebänder übertragen werden, bei denen sowohl Träger als auch Klebmasse biobasiert sind. Aber auch für den klebtechnisch anspruchsvollen Bereich der mobilen Endgeräte wurden Produktlösungen entwickelt, deren Einzelkomponenten vollständig aus post-consumer recyceltem Polyester bestehen und darüber hinaus überwiegend biobasierten Kohlenstoff beinhalten. Die Leistungsfähigkeit der Klebebänder befindet sich auf dem gewohnten Niveau der erdölbasierten Produkte. Weitere Projekte zum Ersatz erdölbasierter Klebebandkomponenten wurden gestartet. Am tesa Standort in Hamburg wurde ein Herstellungsverfahren für Klebmassenpolymere implementiert, das biobasierte Einsatzstoffe verarbeitet und so einen wesentlichen Beitrag auf dem Weg zu einer klimaneutralen Fertigung leistet.

Um tesa Kunden das Herstellen recycelbarer Produkte zu ermöglichen, wurden neue technologische Konzepte entwickelt, Klebeverbindungen bei Bedarf wieder zu lösen. Das ermöglicht die Wiederverwertung der verklebten Einzelkomponenten. Erste Kunden aus dem Bereich Electronics wurden mit Prototypen der verschiedenen Technologien bemustert, und einige Designs konnten bereits in Produktentwicklungsprojekte überführt werden. Darüber hinaus soll das Portfolio an Technologien erweitert werden, um neue Anwendungen zu erschließen. Erste Machbarkeitsstudien wurden initiiert, um weitere Technologien zur Auslösung der Trennung einer Verklebung zu erproben. Entsprechende Patentanmeldungen wurden bereits eingereicht. So konnten auch für den Automobilbau erste Prototypen entwickelt werden, die von globalen Innovationsführern positive Resonanz erfahren und den hohen Anforderungen an Temperaturbeständigkeit, Verbindungsfestigkeit und Langlebigkeit im Automobil genügt haben.

⁵ Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

⁶ www.tesa.com/de-de/ueber-uns/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsbericht

Weiterentwicklung lösungsmittelfreier Technologien

tesa hat auch im Jahr 2022 die Entwicklung lösungsmittelfreier Beschichtungstechnologien weiter fortgesetzt und deren Entwicklungsziele konsequent auf die Nachhaltigkeitsstrategie ausgerichtet. Bei der Extrusion von Klebmassen konnten die Einsatzgrenzen dieser Technologie hin zu dünneren Beschichtungen erweitert werden, die bisher ausschließlich der Lösungsmittelbeschichtungstechnologie vorbehalten waren. So sollen zukünftig neue Märkte und Anwendungen mit lösungsmittelfreien Produkten bedient werden. Durch die Abbildung der Prozesse in datenbasierten Modellen konnte der positive Effekt auf die Energiebilanz nun auch quantitativ belegt werden, und die Simulation zukünftiger Produkte wird ermöglicht.

Auch die Technologie der wasserbasierten Klebmassen zum Ersatz von Lösungsmittelsystemen wurde weiterentwickelt und auf neue Anwendungsfelder übertragen. Diese umfassen beispielsweise komplexe Masking-Anwendungen, neue Prototypen für Kabelbandagierungen und insbesondere das Isolieren von Batteriezellen. Indem zusammen mit externen Kooperationspartnern neue biobasierte Rohstoffe eingesetzt wurden, konnte der CO₂-Abdruck einer Klebmasse um 80 % reduziert werden.

Technologien für Displays und Verglasungen

Für falt- und rollbare Displays in zukünftigen Mobiltelefongenerationen konnten im vergangenen Berichtszeitraum Großkunden mit zahlreichen neuen Prototypen bemustert werden. Diese hochflexiblen Displayklebebänder haben ein exakt eingestelltes mechanisches Verhalten, um den komplexen Verformungs- und Belastungsabläufen in den Geräten standzuhalten.

Ebenso hat tesa neue Prototypen entwickelt, die bei globalen Automobilherstellern positiv getestet wurden. Durch die Integration mehrerer Funktionen wie beispielsweise Licht- und Wärmemanagement wurden auch die Anforderungen an die neueste Displaygeneration erfüllt, die in schnell und stark wechselnden Umgebungsbedingungen des Fahrzeugs zuverlässig funktionieren müssen.

Digitalisierung

Globale Innovationsführer in der Auto- und Elektronikindustrie setzen zunehmend auf die Digitalisierung ihrer Entwicklungsprozesse. Dies erfordert die Bereitstellung entsprechender digitaler Daten auch für die verwendeten Klebelösungen. Deshalb wurde die Digitalisierung der Produkt- und Technologieentwicklung in der abgelaufenen Berichtsperiode weiter vorangetrieben. So wurden zu vielen Produkten digitale Zwillinge erstellt, die tesa Kunden ertüchtigen, das mechanische Verhalten der Verklebung in ihrer spezifischen Applikation eigenständig und unmittelbar unter verschiedenen Temperaturbedingungen und Belastungsabläufen zu simulieren. Hierdurch werden die Entwicklungszeiten verkürzt und der Materialverbrauch minimiert. Gleichzeitig kann die Leistung der Produkte verbessert werden.

Ebenso wurden interne Rezeptur- und Prozessentwicklungsaufgaben durch Digitalisierung verschlankt, beschleunigt und präzisiert, um noch besser kundenspezifische Anforderungen zu bedienen. Dabei kommen künstliche Intelligenz und Simulation zur Anwendung.

Entwicklungen für die Energiewende

Ein neuer Schwerpunkt in der Produkt- und Technologieentwicklung zielt auf Lösungen für die Energiewende ab. Das betrifft beispielsweise Brennstoffzellen, Energieeinsparungen und Elektromobilität. Für die Fertigung moderner Brennstoffzellen wurden funktionale Folien entwickelt, mit denen die Brennstoffzelle besonders schnell und effizient zusammengebaut werden kann. Auch diese Entwicklung konnte in den Pilotmaßstab überführt und Kunden mit entsprechenden Prototypen bemustert werden. Kürzlich konnte ein erster Prototyp einer mehrlagigen Folie zum Nachrüsten von Fensterscheiben erfolgreich getestet werden, mit dem die Durchlässigkeit für Licht- und Wärmestrahlung durch Fenster auf Knopfdruck verändert werden kann. Hierdurch wird im Sommer die Erwärmung von Räumen verringert und der Energieverbrauch von Klimaanlagen reduziert.

Für die Elektromobilität hat tesa neue Technologien und Prototypen entwickelt, mit denen Batteriekomponenten besonders effizient und sicher verbunden und geschützt werden können. Für die verschiedenen Anforderungen globaler Innovationsführer im Automobilbereich wurden verschiedene Klebelösungen entwickelt und erfolgreich getestet. Beispiele sind die reversible Verklebung von Batteriedeckeln der Batteriegehäuse und die hochfeste Verklebung der Batteriezellen selbst.

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

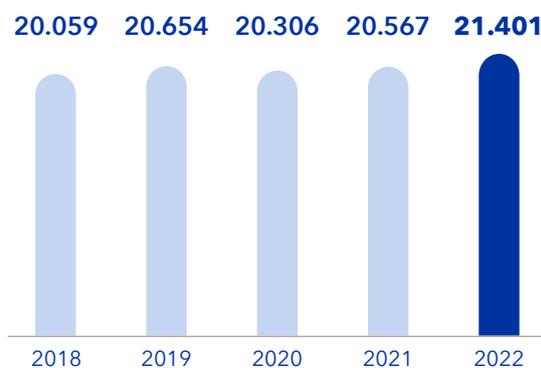
Menschen bei Beiersdorf¹

Der wirtschaftliche Erfolg von Beiersdorf beruht wesentlich auf dem Engagement und der fachlichen Kompetenz unserer Mitarbeitenden. Ihr Verdienst ist es, dass unsere Marken und Produkte auf der ganzen Welt geschätzt und gekauft werden. Gleichzeitig bieten wir unseren Mitarbeitenden ein attraktives Arbeitsumfeld und die Chance, sich beruflich und persönlich weiterzuentwickeln, ihre individuellen Talente zu entfalten und gezielt Zukunftskompetenzen aufzubauen.

Zum 31. Dezember 2022 beschäftigte Beiersdorf weltweit insgesamt 21.401 Mitarbeitende und damit 4,1 % mehr als im Jahr zuvor (Vorjahr: 20.567). Von ihnen waren 6.676 (Vorjahr: 6.593) in Deutschland tätig, dies entspricht einem Anteil von 31 % (Vorjahr: 32 %). Im Unternehmensbereich Consumer arbeiteten insgesamt 16.419 Beschäftigte (Vorjahr: 15.740), 4.982 bei tesa (Vorjahr: 4.827).

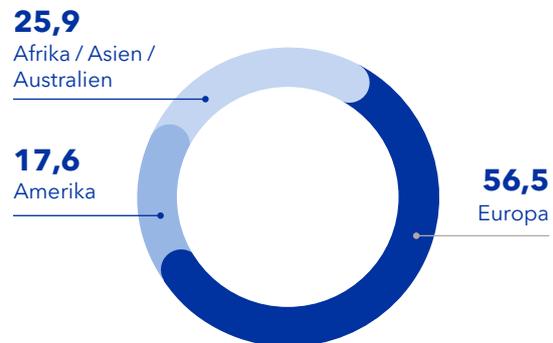
Anzahl Mitarbeitende Konzern

Stand 31.12.2022



Anteil Mitarbeitende Konzern nach Regionen

(in %)



Consumer

Arbeiten in der neuen Realität – Personalarbeit im Jahr 2022

Die Anforderungen an die Personalarbeit werden zunehmend komplexer. Es gilt, eine Vielfalt an Themen gleichzeitig zu jonglieren und dabei die digitale Transformation mitzugestalten. Der steigende Fachkräftebedarf und der „War for Talents“ stellen weitere Herausforderungen dar, und die hybride, moderne Arbeitswelt erfordert ein Höchstmaß an Flexibilität und Offenheit für Neues. Unser Personalbereich hat sich in den vergangenen Jahren auf die sich insbesondere im Zuge der Corona-Pandemie verändernden Rahmenbedingungen eingestellt und wir sind davon überzeugt, dass eine Kultur des vertrauensvollen Miteinanders, Offenheit für agile Formen der Zusammenarbeit und die Bereitschaft zur ständigen Weiterentwicklung und Digitalisierung eine gute Basis schaffen, um den

¹ Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

Wandel zu begleiten und Mitarbeitende bei Veränderungsprozessen bestmöglich zu unterstützen. Zukunftsinvestitionen in die Personalarbeit, wie wir sie im Rahmen unserer Strategie C.A.R.E.+ gezielt fördern, helfen uns dabei, unsere Personalarbeit auf die Anforderungen der Zukunft auszurichten und die Arbeitskultur noch weiter zu verbessern. Schwerpunkte sehen wir hier insbesondere in Themen wie der lernenden Organisation, der neuen Arbeitswelt (New Work), Digitalisierung sowie Konzepten zur Förderung von Diversity & Inclusion (D&I).

Unternehmenskultur

Unsere Mitarbeitenden schätzen die einzigartige Unternehmenskultur von Beiersdorf. Sie basiert auf Offenheit, Vertrauen und Wertschätzung von kultureller Vielfalt und Internationalität. Zudem fördern wir ein Arbeitsumfeld, in dem Teamwork und gegenseitiger Respekt einen hohen Stellenwert besitzen. Uns ist es wichtig, die emotionale Bindung zwischen Menschen und Unternehmen zu stärken und Mitarbeitende auf allen Ebenen darin zu unterstützen, dass sie dem immer komplexer werdenden Arbeitsumfeld stets gewachsen sind. Unsere globale Mitarbeitenden-Umfrage „teampulse“ hat abermals gezeigt, wie hoch die Identifikation mit unserem Purpose Care Beyond Skin und das Vertrauen in unsere vier Core Values („Care“, „Simplicity“, „Courage“ und „Trust“) ist. Gleichzeitig haben wir im Berichtsjahr mit der „Behavior Activation Journey“ einen Kulturwandel angestoßen, um in unserem Arbeitsalltag Verhaltensweisen zu integrieren, die für unseren Erfolg wichtig sind. Mehr dazu unter dem Abschnitt „Führung“.

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

Die emotionale Bindung unserer Mitarbeitenden ist für uns ein hohes Gut. Das gilt in Zeiten von Homeoffice und hybridem Arbeiten mehr denn je. Uns ist es wichtig, ein echtes Gefühl für die Stimmung bei Beiersdorf zu erhalten und zu erfahren, wie es um die emotionale Bindung (Engagement) unserer Mitarbeitenden bestellt ist. Aus diesem Grund führen wir regelmäßig globale Mitarbeitendenbefragungen durch. Ziel dieser Befragungen ist es, den kontinuierlichen Dialog zwischen Führungskräften und ihren Teams zu fördern, Verbesserungsmaßnahmen anzugehen und Mitarbeitenden die Chance zu geben, das Arbeitsumfeld der Zukunft aktiv mitzugestalten.

Im vierten Quartal des Berichtsjahres haben wir unsere etablierte Engagement-Umfrage „teampulse“ erneut weltweit durchgeführt. Sie ermöglicht uns schnell und unkompliziert einen unmittelbaren „Puls-Check“ und lenkt unsere Aufmerksamkeit so auf Themen, die den Mitarbeitenden weltweit wichtig sind. Um die Vergleichbarkeit zum Vorjahr zu gewährleisten, basierte die Umfrage auf den gleichen Kernfragen. Diese wurden um einige neue Fragen ergänzt, um globalen Trends, aber auch dem Feedback aus dem vorangegangenen Jahr Rechnung zu tragen. Sie umfassten die Themen Führung, Strategie & Transformation sowie Kultur & Purpose, aber auch „weichere“ Aspekte wie Diversity & Inclusion (D&I), der innere Antrieb sowie Resilience & Wellbeing. Wie im Vorjahr lag die Rücklaufquote unserer „teampulse“-Umfrage bei 89 %. Dies zeigt erneut das große Interesse der Mitarbeitenden, Feedback zu teilen. Als Bestätigung der vorangegangenen Jahre, finden auch in diesem Berichtsjahr die Beiersdorf Kultur, die sinnstiftende Arbeit und der Glaube an unsere vier Core Values („Care“, „Simplicity“, „Courage“ und „Trust“) eine hohe Zustimmung in den jeweiligen Tochtergesellschaften. Zudem lässt sich ableiten, dass die globalen D&I-Aktivitäten als glaubhaft wahrgenommen werden, etwa durch die mehrheitliche Rückmeldung, dass die Unternehmensleitung ihr Diversity-Commitment sichtbar zeigt. Ergänzend zu den Antworten aus dem standardisierten Fragebogen erhielt das Führungsteam in über 22.200 Kommentaren detailliertes Feedback. Diese Rückmeldungen dienen den jeweiligen Teams weltweit als Basis, um in den Dialog zu treten und das Arbeitsumfeld der Zukunft bei Beiersdorf gemeinsam gestalten zu können. Das Feedback aus der Umfrage wird Jahr für Jahr diskutiert, um im Anschluss auf Teamebene Ideen und Maßnahmen zu

Mit  gekennzeichnete Abschnitte enthalten Informationen, die Teil unserer Nichtfinanziellen Erklärung sind.

entwickeln und umzusetzen. Zusätzlich sollen Umfrage-Ergebnisse, die einen international übereinstimmenden Optimierungsbedarf sichtbar machen, als Grundlage dienen, um auch auf globaler Ebene Änderungen und Maßnahmen anzustoßen.

Partizipation und Teilhabe

Partizipation und Teilhabe sowie Transparenz und Dialog auf Augenhöhe sind wesentliche Erfolgsfaktoren für eine gute Unternehmenskultur bei Beiersdorf und sollen unsere Attraktivität als arbeitgebendes Unternehmen steigern. Darüber hinaus wird bei Beiersdorf durch den zunehmenden Anteil von hybridem Arbeiten die innerbetriebliche Kommunikation mithilfe von digitalen Lösungen weiter forciert. Digitale und hybride Townhall-Meetings und Betriebsversammlungen sowie zahlreiche Online-Events mit Dialogmöglichkeiten gehörten im Berichtsjahr erneut zu den klassischen Maßnahmen, um alle Mitarbeitenden weltweit zu involvieren und anzusprechen. Die Nähe vom Management zur Belegschaft, vor allem aber auch die Nähe untereinander, soll damit gestärkt und das Team-Gefühl gefördert werden.

Auch die enge Einbindung von Arbeitnehmer*innenvertretungen 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 2022. Auch der „European Dialogue“, der Zusammenschluss europäischer Arbeitnehmer*innenvertretungen bei Beiersdorf, setzte 2022 seine Arbeit fort.

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“, dem Neubau der Hamburger Konzernzentrale, setzte sich 2022 fort. Über virtuelle Touren und Baustellenbesichtigungen vor Ort konnten sich die Kolleg*innen in Kleingruppen selbst vom Fortschritt des Projekts überzeugen. Die regelmäßigen „Campus Kickstarter Sessions“ halfen interessierten Mitarbeitenden, Tools zur Etablierung einer (hybriden) Teamkultur oder der Verbesserung ihrer Zusammenarbeit kennenzulernen und sich zum Campus-Projekt auszutauschen.

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

Führung

Die Basis für ein attraktives und wertschätzendes Arbeitsumfeld, in dem alle Mitarbeitenden ihr Bestes geben können, ist eine offene und moderne Führungskultur. Um sie zu etablieren, haben wir bereits im Jahr 2017 mit „Leadership the Beiersdorf Way“ unser Verständnis einer guten Führungskultur formuliert. Dieses Führungsverständnis fußt 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, steigt ihre emotionale Bindung („Engagement“) und Eigenverantwortung. Dies führt zu besseren Teamleistungen und einer höheren intrinsischen Motivation. Im Berichtsjahr haben wir bereits an einer Weiterentwicklung unseres Führungsverständnisses gearbeitet. 2023 möchten wir in diesem Zuge unser neues „Leadership Commitment“ als Pilotprojekt vorstellen. Zur Vorbereitung wurden im abgelaufenen Jahr bereits zahlreiche Interviews mit Führungskräften geführt. Für das Jahr 2024 ist der globale Roll-out des „Leadership Commitments“ geplant.

Um die Veränderungsprozesse bei Beiersdorf zu unterstützen, möchten wir Verhaltensweisen in unsere tägliche Arbeitskultur integrieren, die für unseren Erfolg wichtig sind. Im Oktober des Geschäftsjahrs haben wir daher eine „Behavior Activation Journey“ begonnen, ein Programm, das alle Mitarbeitenden weltweit bei der Verhaltensänderung begleiten soll. Über den Hebel „Speak Up“ möchten wir eine Kultur fördern, in der Mitarbeitende ein sicheres Umfeld vorfinden, um ihre eigene Meinung zu haben, sie offen kundzutun und Dinge in Frage zu stellen. Auf diese Weise wollen wir das Potenzial unterschiedlicher Perspektiven unserer Belegschaft ausschöpfen. Seit Anfang November stand die Aktivierung des Hebels „Speak Up“ im Fokus der Aktivitäten. Beginnend im ersten Quartal des Jahres 2023 werden wir uns zudem auf einen zweiten wichtigen Hebel konzentrieren: die Prioritätensetzung (Prioritization). Um diese Verhaltensweisen bei allen Mitarbeitenden weltweit zu verankern, wurden Führungskräften weltweit interaktive Training-Sessions angeboten. Es ist die Aufgabe der Führungskräfte, einen grundlegenden Kulturwandel zu bewirken, die richtigen Verhaltensweisen vorzuleben und als Vorbilder zu agieren. Ein umfassendes Aktivierungs-Toolkit und maßgeschneiderte E-Learnings für die Mitarbeitenden sollen helfen, die „Behavior Activation Journey“ zum Leben zu bringen.

Beiersdorf setzt seit 2021 auf den sogenannten „Development & Potential Process“, um neue Führungstalente zu identifizieren und zu fördern. Er stellt unter dem Motto „Develop your way“ die individuelle Entwicklung aller Mitarbeitenden in den Mittelpunkt und besteht aus drei Stufen: der fokussierten Selbstreflexion, einer Austauschrunde zwischen Führungskräften (Development Reviews) und dem individuellen Entwicklungsgespräch, in dem der*die Mitarbeitende zusammen mit der Führungskraft den individuell zugeschnittenen Entwicklungsplan bespricht. Talente mit Führungspotenzial sollen über diesen Prozess frühzeitig identifiziert werden und so die Möglichkeit erhalten, schnell relevante Erfahrungen zu sammeln, um sich persönlich entwickeln zu können. Zur Identifizierung des Potenzials von Mitarbeitenden setzen wir auf das „Learning Agility Model“, das die vier Dimensionen „Mental Agility“, „People Agility“, „Change Agility“ und „Results Agility“ umfasst. Auf dieser Basis wollen wir potenzielle Führungskräfte identifizieren, die mit der Fähigkeit ausgestattet sind, sich an neue Rahmenbedingungen anzupassen, schnell und aus Erfahrungen zu lernen und sich weiterzuentwickeln. Potenzial ist daher nicht mit der Performance gleichzusetzen, sondern die Fähigkeit, mit zukünftigen Herausforderungen bestmöglich umgehen zu können. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde an der Qualität des Prozesses gearbeitet. Durch Schulungen der Führungskräfte möchten wir erreichen, dass die richtige Einschätzung des individuellen Potenzials und die Umsetzung geeigneter Entwicklungsmaßnahmen gestärkt werden.

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 und Programme vor. Im Geschäftsjahr 2022 haben wir 100 % der Stellen der ersten Managementgruppe (Vorjahr: 100 %) und 89 % der zweiten Managementgruppe (Vorjahr: 88 %) an interne Talente vergeben.

Zur Unterstützung von Veränderungsprozessen haben wir zu Beginn des Geschäftsjahres zudem drei neue Führungskräfte-Programme etabliert. Sie alle adressieren das Thema „Leading/Dealing with Change“ und zielen darauf ab, unsere Führungskräfte auf Veränderungen vorzubereiten und zu trainieren. Zu ihnen zählt das Programm „Lead with Care & Courage“, das sich an Führungskräfte der Level 1 und 2 richtet, das Programm „Lead in Change“, das sich an alle weiteren Führungskräfte richtet, und das „Base Camp“-Training, das sich an alle Mitarbeitenden richtet, die erstmals eine Führungsposition übernehmen. Weltweit nahmen über 300 Führungskräfte an diesen drei Trainingsprogrammen teil. Sie ergänzen unsere bisherigen Weiterbildungsangebote, zu denen auch spezielle Führungskräfte Trainings zählen, die wir über unsere Online-Lernplattform „COMPASS Learning“ zur Verfügung stellen. Hier geht es zum Beispiel um die Themen „Führen von virtuellen Teams“ oder „Resilience“.

Die neue Arbeitswelt und die Normalität des hybriden Arbeitens

Die Corona-Pandemie hat die digitale Transformation der Arbeitswelt beschleunigt. Auch die Art unserer Zusammenarbeit wurde dadurch beeinflusst.

Hybrides Arbeiten, also wechselweise mobil und im Büro, hat sich bei Beiersdorf in vielen Bereichen als gängiges Arbeitsmodell etabliert. Beiersdorf hat sich diesbezüglich klar positioniert: Auch in Zukunft wollen wir als Unternehmen das hybride bzw. flexible Arbeiten fördern. Gleichzeitig wollen wir die Bürowelt an die heutige Zeit anpassen und Orte schaffen, an denen sich Menschen begegnen und in wechselnden Formationen zusammenarbeiten können. Grundlage hierfür ist eine Betriebsvereinbarung, die wir bereits im Jahr 2020 für die Beiersdorf AG, Beiersdorf Customer Supply GmbH und Beiersdorf Shared Services GmbH geschlossen haben. Sie ermöglicht das Arbeiten an einem flexiblen Arbeitsort in einem Umfang von bis zu 40 % der individuellen Sollarbeitszeit (seit 1. Januar 2023), sofern die jeweilige Tätigkeit für das Arbeiten an einem flexiblen Arbeitsort geeignet ist. Mit einem Anteil von regulär 60 % der Arbeitszeit auf dem Campus wird bewusst dazu beigetragen, dass der Campus das Zentrum der Zusammenarbeit und des Miteinanders unserer Mitarbeitenden ist.

Ergänzend dazu arbeiten wir kontinuierlich daran, an unseren weltweit über 170 Standorten passgenaue Lösungen für eine moderne Form der Zusammenarbeit zu entwickeln. Das bedeutendste Beispiel hierfür ist der Bau unseres zukünftigen Beiersdorf Campus in Hamburg, der im Sommer 2023 nach einer Corona-bedingten Verzögerung eröffnet werden soll. Im Berichtsjahr haben wir zudem unsere Kräfte gebündelt, um an unserem Hamburger Standort im Wiesinger Weg Pilotflächen für neue, dynamische Arbeitswelten zu schaffen. Die komplett renovierten Flächen kommen im modernen Look daher, setzen auf Desk-Sharing, moderne, hybride Technik und verschiedene Raum-Module, die einen Mix aus Kollaboration und konzentriertem Arbeiten ermöglichen. Auch ein neues Forschungsgebäude wurde im Dezember des Berichtsjahres eröffnet. Es soll auf einer Gesamtfläche von mehr als 10.000 m² den funktionsübergreifenden Austausch fördern und moderne, neue Formen der Kollaboration ermöglichen. Darüber hinaus haben wir im Berichtsjahr an unseren Standorten in Paris, Brüssel, Montreal, New Jersey, Jakarta und Mumbai neue, moderne Arbeitswelten geschaffen, die eine neue Form der Zusammenarbeit erleichtern und den Mitarbeitenden den Rahmen für eine angenehme, moderne Arbeitsatmosphäre schaffen. Für unsere Standorte in Amsterdam und Sofia sind die Vorbereitungen für das Etablieren neuer Arbeitswelten angelaufen, weitere Standorte sind in Planung.

Digitale Transformation

Um die Transformation im Unternehmen zu beschleunigen, haben wir auch im Berichtsjahr unser zukunftsorientiertes „Digital Fast Forward“-Programm weiter vorangetrieben. Über dieses Programm möchte Beiersdorf unter anderem bis zum Jahr 2025 weltweit 20 % aller Geschäftsprozesse automatisieren. Darüber hinaus wollen wir dadurch dem durch digitale Medien veränderten Verhalten der Konsument*innen stärker Rechnung tragen.

Auch die Personalarbeit selbst unterstützte im abgelaufenen Geschäftsjahr, wie auch schon in den Jahren zuvor, die digitale Transformation auf verschiedenen Ebenen. Durch die weltweit wachsende Flexibilität der Arbeitsplatzwahl steigt der Anteil des hybriden Arbeitens spürbar an. Durch die Unterstützung gezielter Trainingsmaßnahmen arbeitet mittlerweile mehr als die Hälfte der Beiersdorf Belegschaft regelmäßig mobil. Dies zeigt sich auch deutlich in den veränderten Kommunikationsprozessen innerhalb des Unternehmens. Microsoft Teams nahm hierbei im vergangenen Geschäftsjahr eine zentrale Rolle ein. So verzeichnet Beiersdorf monatlich mehr als 2,5 Millionen Chat-Nachrichten – die reibungslose Kommunikation untereinander wurde hiermit sichergestellt. Auch Yammer hat sich in den vergangenen Monaten zu einem etablierten Business-Netzwerk innerhalb von Beiersdorf entwickelt. Mehr als 75 % der Belegschaft nutzt den Service regelmäßig aktiv für einen Austausch oder als Informationsmedium. Diese Entwicklung zeigt, wie sehr der digitale Austausch der Mitarbeitenden weltweit zur Selbstverständlichkeit und „neuen Normalität“ geworden ist.

Zudem baute Beiersdorf im Berichtsjahr die digitale Transformation mit dem Personalmanagement-System COMPASS weiter aus. Basierend auf dem bereits im Jahr 2021 eingeführten einheitlichen globalen Stammdatenmodul „Employee Central“ wurde das COMPASS-System mit „SimPay“ um ein weiteres Modul ergänzt. Das globale Gehaltsmanagement-Tool ermöglicht eine sichere, globale Gehaltsplanung für Führungskräfte.

Auch viele Aktivitäten unserer Nachwuchsförderung wurden im Berichtsjahr digital umgesetzt. Hierzu zählte beispielsweise der bereits mehrfach durchgeführte „Virtual Open House Day“, bei dem sich Beiersdorf, Tchibo und tesa gemeinsam Nachwuchstalente vorstellen und Einblicke in ihre Unternehmen und die verschiedenen Einstiegsprogramme geben. Darüber hinaus stellten wir in insgesamt fünf Webinaren zahlreichen Studierenden und Berufseinsteiger*innen aktuelle Schwerpunktthemen unseres Unternehmens vor, darunter die Themen Nachhaltigkeit, Innovation, Digitalisierung und Diversity & Inclusion sowie eine Session mit unserem Vorstandsvorsitzenden Vincent Warnery, in der er sich und seinen Karriereweg vorstellte und gebündelt rund 200 Fragen der Studierenden beantwortete.

Unterstützung für unsere Mitarbeitenden

„Care“ ist ein wesentlicher Baustein der Unternehmenskultur von Beiersdorf. Demzufolge ergreifen wir Jahr für Jahr diverse Maßnahmen, um unsere Kolleg*innen auf unterschiedliche Weise zu unterstützen. Hierzu gehört beispielsweise, dass wir technisches Equipment wie auch Schulungen bieten, um die Belegschaft optimal auf die neue Arbeitswelt vorzubereiten. Darüber hinaus hielten wir unsere Mitarbeitenden über unser „Corona Info Hub“ auf dem Laufenden und boten ihnen am Standort Hamburg über unser betriebsärztliches Team kostenlose COVID-19- und Gripeschutzimpfungen an. 1.784 Beschäftigte nahmen das Grippe-Impfangebot im abgelaufenen Geschäftsjahr in Anspruch und 2.620 Beschäftigte das Corona-Impfangebot.

Über unser Gesundheitsmanagement leisten wir zudem unseren Beitrag, die Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu erhalten, gezielt zu fördern und im Falle einer Erkrankung aktiv wiederherzustellen. Es umfasst die drei Teams „Medical“, „Wellbeing“ und „Social“, die unter dem gemeinsamen Dach GOOD FOR ME gebündelt sind. Die Angebote reichen von Ergonomie-Beratungen, psychologischen Sprechstunden, Bewegungsangeboten und Gesundheitsvorträgen bis hin zu regelmäßigen Gesundheits-Checks und Hautkrebs-Vorsorgeuntersuchungen. Mit dem neuen „Leadership Meets Health“-Führungskräfte-Training leisteten wir im Berichtsjahr wichtige Unterstützung im Bereich „Gesundes führen“. Über spezielle Mental-Health-Angebote hat das GOOD FOR ME-Team das Thema mentale Gesundheit in den Vordergrund gestellt und damit insbesondere vor dem Hintergrund des hybriden Arbeitens einen wesentlichen Beitrag geleistet, um das Bewusstsein für mentale Gesundheit zu steigern und die Gesundheitskultur im Unternehmen zu stärken.

Aus- und Weiterbildung

Zu unserem Selbstverständnis gehört es auch, Beschäftigungsperspektiven für junge Menschen zu schaffen. Dies zeigt unser Angebot an Ausbildungsplätzen und einer studienintegrierenden Ausbildung, aber auch unser globales Traineeprogramm BEYOND BORDERS sowie die zahlreichen Praktikumsplätze für Studierende aus der ganzen Welt, die wir global vergeben. Beiersdorf bietet allein am Standort Hamburg Ausbildungen in neun verschiedenen Berufen an. Ende 2022 haben wir hier 99 Auszubildende (Vorjahr: 104) beschäftigt, die Übernahmequote der ausgebildeten Auszubildenden lag in diesem Jahr bei 100 % (Vorjahr: 97 %). Insgesamt 34 Auszubildende (Vorjahr: 32) 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 Beschäftigter am globalen Traineeprogramm BEYOND BORDERS betrug zum Berichtsjahresende 16 (Vorjahr: 16). Davon starteten 11 Trainees im Jahr 2022 (Vorjahr: 10).

Wissen und Lernen

Wir sind davon überzeugt, dass für nachhaltiges Wachstum und beständigen Erfolg die Fähigkeiten und Kompetenzen unserer Mitarbeitenden von entscheidender Bedeutung sind. Aus diesem Grund investieren wir 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 Säulen:

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

Im Berichtsjahr haben wir unsere 2019 etablierte Online-Lernplattform „COMPASS Learning“ um neue Lerninhalte, etwa ein E-Learning-Programm zum Thema Sustainability, ergänzt und bestehende Inhalte aktualisiert und erweitert. Der Großteil dieser auf Beiersdorf zugeschnittenen Angebote wird durch unsere Fachakademien zu den Themen Sales, Finance, Procurement, Research & Development, Human Resources, Quality und Planning entwickelt. Bedingt durch den noch immer spürbaren Einfluss der Corona-Pandemie haben wir auch im Berichtsjahr 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. Im Hinblick auf die neue Art der Zusammenarbeit, das Modell des flexiblen Arbeitens, wollen wir auch in Zukunft zunehmend virtuelle Trainings anbieten.

Ergänzend zu unseren eigenen Angeboten boten wir unseren Mitarbeitenden auch in diesem Jahr das virtuelle Lernangebot von „LinkedIn Learning“ an, bei dem Mitarbeitende weltweit aus über 15.000 Online-Trainings und über 500.000 Videos in unterschiedlichen Sprachen auswählen können. Seitdem Beiersdorf „LinkedIn Learning“ im Jahr 2020 implementiert hat, ist das Interesse der Mitarbeitenden an diesem Lernangebot groß: Fast 540.000 Lern-Videos wurden vollständig angeschaut und mehr als 19.000 Kurse abgeschlossen – und das von insgesamt über 4.500 aktiven Nutzer*innen. Besonders beliebt sind Kurse zu den Themen „New ways of working“, digitale Transformation, Zeitmanagement, Kommunikation, Excel & PowerPoint sowie „Strategic Thinking“. Kuratierte Lernpfade helfen unseren Mitarbeitenden bei der Suche nach den passenden Lerninhalten zu ausgewählten Themen. Sie verlinken beispielsweise zu Trainings mit den Schwerpunkten „Arbeiten in virtuellen und hybriden Teams“, Digitalisierung, Diversity & Inclusion und Resilience. Auch unser onlinebasierter „Beiersdorf Learning Hub“ vereint diese Angebote an einem Ort und macht sie damit leicht zugänglich. Das Pilotprojekt „Learner Experience“-Plattform wurde im Berichtsjahr getestet. Dabei handelt es sich um ein globales Lernökosystem, das eine Lerninfrastruktur und Werkzeuge zur Erstellung von Lerninhalten für Lernende beinhaltet.

Ein neues, externes Sprach-Lernangebot mit einheitlichen Sprach- und Kursangeboten für Mitarbeitende bieten wir seit August 2022 über unseren Kooperationspartner KERN Training an. Ausschlaggebend für die Auswahl von KERN Training als Full-Service-Provider waren die Flexibilität, die einfache Kostenstruktur sowie das Angebot einer Selbstlernplattform, die von Mitarbeitenden kostenfrei zu nutzen ist.

Speziell in Deutschland bieten wir mit dem seit vielen Jahren etablierten „Learning Program Germany“ zudem eine flexible und offene Lernmöglichkeit für alle Mitarbeitenden an. Diese beinhaltet sowohl vorkuratierte Inhalte aus „LinkedIn-Learning“, mit denen wir selbstgesteuertes Lernen fördern, als auch angeleitete, virtuelle Trainings. Um Mitarbeitende und Teams beim Übergang vom Arbeiten im Homeoffice hin zum hybriden Arbeiten zu unterstützen, bieten wir einen E-Learning-Pfad zum Thema „Hybrides Arbeiten“ an.

Diversity & Inclusion

Als global agierendes Unternehmen verstehen wir die Vielfalt unserer Belegschaft als Chance und als einen wichtigen Schlüssel zu unserem wirtschaftlichen Erfolg. Wir sind davon überzeugt, dass Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen verschiedene Perspektiven, Erfahrungen und Kompetenzen einbringen und somit zu mehr Kreativität, Innovationsstärke und Kund*innennähe beitragen. Aus diesem Grund sind wir bestrebt, eine Organisation aufzubauen, die die Vielfalt unserer globalen Konsument*innen widerspiegelt, die Geschlechterparität auf allen Managementebenen erreicht und die sicherstellt, dass wir eine Kultur der Integration fördern, in der sich jede*r frei entfalten kann und alle die gleichen Chancen haben. Wir sensibilisieren unsere Beschäftigten aller Ebenen über verschiedene Dialogformate, Vorträge und Trainings für dieses wichtige Thema. Wir wollen den positiven Beitrag, den Diversität und Chancengleichheit im Unternehmen leisten können, zeigen und somit das Verständnis und die Wertschätzung für Vielfalt innerhalb unseres Unternehmens fördern.

Um Diversity & Inclusion bei Beiersdorf insgesamt 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 cross-funktionales D&I-Kernteam mit Kolleg*innen aus dem oberen Management sowie ein globales Netzwerk aus über 100 D&I-Champions in unseren internationalen Tochtergesellschaften bringen das Thema zusätzlich voran. Darüber hinaus prüft und fördert der Diversity-Ausschuss des Aufsichtsrats regelmäßig verschiedene Initiativen.

Mit unserer 2021 formulierten „Diversity & Inclusion Agenda“, unserer globalen „D&I Roadmap“, möchten wir einen ganzheitlichen Ansatz umsetzen, um allen Diversity-Dimensionen gerecht zu werden, (unbewusste) Vorurteile abzubauen und eine vielfältige und inklusive Unternehmenskultur zu fördern. Mit dieser Roadmap fokussierten wir uns auch im Geschäftsjahr 2022 auf folgende drei strategische Prioritäten:

- Förderung der Führungsvielfalt
- Förderung einer integrativen Kultur
- Förderung der Repräsentation unserer Verbraucher*innen.

In jedem dieser Bereiche haben wir im Berichtsjahr wichtige Akzente gesetzt und vielfältige Maßnahmen implementiert, um ein inklusives Arbeitsumfeld zu stärken. Beispiele für dieses Engagement werden in den folgenden Abschnitten näher vorgestellt. Gleichzeitig haben wir in den vergangenen Monaten an der Weiterentwicklung unserer Roadmap gearbeitet, die im Dezember des Berichtsjahres gelauncht wurde. Mit dieser globalen „D&I Roadmap 2.0“ möchten wir unsere Attraktivität als Arbeitgeber global steigern. Dafür wollen wir eine inklusive Kultur des Miteinanders stärken, die Vielfalt innerhalb unseres Führungskräfte- und unserer Mitarbeiterschaft ausbauen sowie eine vollständige Geschlechterparität auf allen Levels unserer Führungskräfte weltweit erreichen. Ziel ist es zudem, dass unsere gelebte Vielfalt über das Thema „Gender“ hinausgeht. Wichtig sind uns dabei unsere Partnerschaften, zum Beispiel im Rahmen unseres NIVEA D&I External Expert Panels, zur besseren Repräsentation von Verbraucher*innen sowie die Optimierung unseres globalen D&I Operating Models samt Governance.

Von besonderer Bedeutung ist die von uns im Jahr 2021 formulierte „Beiersdorf Gender Parity Ambition“, nach der wir im Consumer-Bereich bis zum Jahr 2025 eine geschlechterparitätische Besetzung von Führungspositionen unterhalb des Vorstands im Verhältnis 50:50 weltweit erreichen wollen. Weitere Details zu diesem ambitionierten Engagement sind im Abschnitt „Im Fokus: Gender Balance“ nachzulesen.

Ergänzend zur D&I-Strategie und unserer „Beiersdorf Gender Parity Ambition“ trägt unser im Vorjahr entwickeltes und im Berichtsjahr global ausgerolltes „D&I-KPI-Dashboard“ zu mehr Datentransparenz bei. Veränderungen werden damit in Form von halbjährlichen „D&I-KPI-Berichten“ transparent gemacht; Regionen als auch Funktionen können so auf Basis von Daten sowohl die Fortschritte als auch die Potenziale der D&I-Arbeit analysieren. Ziel ist es, auf Basis dieser Daten und im engen Austausch mit globalen, regionalen und lokalen Stakeholdern zu einer Verankerung der D&I-Ambitionen und einer Stärkung der „D&I-Governance“ beizutragen. Hierzu dienen auch die vierteljährlichen „D&I Champion Calls“ und „D&I Council Calls“, die wir etabliert haben. Ergänzend zu diesen Maßnahmen wird auch das Executive Committee an der Entwicklung der KPIs gemessen.

Um das Wissen unserer Belegschaft rund um das Thema Diversity & Inclusion auszubauen, führten wir im Jahr 2021 einen sogenannten „Global D&I Knowledge Framework“ ein. Er umfasst verschiedene Trainingsprogramme für unsere Mitarbeitenden und Führungskräfte und soll dabei helfen, ein nachhaltiges Fundament an D&I-Wissen innerhalb der Organisation zu schaffen und die gewünschte integrative Kultur zu fördern. Das Angebot umfasst beispielsweise „D&I Inclusive Language Trainings“, die, neben weiteren Piloten im Berichtsjahr in den Trainingskatalog aufgenommen wurden. Sie haben zum Ziel, Mitarbeitende weltweit 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. Mit den Trainings „Erfolg(reich) im Job“, das sich an weibliche Beschäftigte richtet, und „Chancen & Risiken im Ruhestand“, das für Mitarbeitende 60+ konzipiert ist, wurden weiterhin spezifische Angebote für die jeweiligen Zielgruppen angeboten. Auch einzelne Markenunternehmen Anstrengungen, um D&I stärker zu berücksichtigen. Der „D&I Compass“ von NIVEA ergänzt die Kommunikationsrichtlinie unserer Marke. Er definiert, wie wir weltweit wahrgenommen werden wollen, und hilft dabei, lokalen Kommunikationsherausforderungen angemessen zu begegnen und Stereotypen und unbewusste Vorurteile zu vermeiden. Nachdem bereits im vorangegangenen Geschäftsjahr erste Tipps für gendergerechte und inklusive Sprache auf Deutsch und Englisch geteilt wurden, wurde im Berichtsjahr unternehmensübergreifend ein Leitfaden für inklusive Sprache formuliert, der bereits Anwendung findet. Auch den Recruiting-Prozess haben wir im Berichtsjahr erneut analysiert, um vorhandene Vorurteile zu erkennen und notwendige Veränderungen im Prozess anzustoßen.

Im Fokus: Kulturelle Vielfalt und Internationalität

Eine internationale Belegschaft, in der eine kulturelle Vielfalt gelebt und akzeptiert wird, ist für uns als Unternehmen ein entscheidendes Kriterium für Diversität und wird von uns entsprechend gefördert - denn uns ist es wichtig, dass unsere vielfältigen Konsument*innen auf der ganzen Welt durch unsere Belegschaft repräsentiert werden.

Im Unternehmensbereich Consumer beschäftigen wir Menschen aus unterschiedlichen Nationen, Kulturen und Generationen aller Geschlechteridentitäten sowie mit und ohne Behinderung. Weltweit waren zum Berichtsjahresende Mitarbeitende aus 102 Nationen bei uns tätig (Vorjahr: 107). In der Konzernzentrale in Hamburg erhöhte sich der Anteil der internationalen Beschäftigten auf 21,7 % (Vorjahr: 19,7 %). 42 % unserer globalen Führungskräfte aus den ersten drei Managementebenen haben für mindestens drei Jahre im Ausland gelebt und gearbeitet (Vorjahr: 41 %).

Im Fokus: „Gender Balance“

Neben der internationalen und kulturellen Vielfalt steht das Thema „Gender“ - speziell die Chancengleichheit aller Geschlechter - bei uns im besonderen Fokus. Unsere Aktivitäten zum Weltfrauentag, die wir im weiteren Verlauf des Kapitels näher vorstellen sowie unsere jährliche „Wo*Men in Leadership Convention“, die sich an alle Mitarbeitenden weltweit richtet und dieses Mal unter dem Motto „Forward: #StrongerTogether“ stand, sind weitere Maßnahmen, um Gender Balance in unserem Unternehmen zu fördern. Darüber hinaus sind wir eine enge Partnerschaft mit dem LEAD Network eingegangen, dem größten europäischen Netzwerk für Diversity & Inclusion in der FMCG- und Einzelhandelsbranche. Das

LEAD Network ist ebenso wie Beiersdorf bestrebt, die Gleichstellung der Geschlechter zu fördern und eine vielfältige Belegschaft zu schaffen, in der alle Geschlechter ihr volles Potenzial einbringen können und bei gleichen Talenten auch gleiche Chancen erhalten. Die LEAD Community innerhalb der Beiersdorf Belegschaft umfasst bereits rund 240 Kolleg*innen, unter ihnen auch CEO Vincent Warnery und unser Executive Committee sowie viele Führungskräfte und Mitarbeitende aller Geschlechter. Eine weitere Zusammenarbeit besteht mit der Organisation „Shape Talent“. Sie zielt ebenfalls darauf ab, die Gleichstellung der Geschlechter zu verbessern, und bietet eine Reihe von ergebnisorientierten Lösungen an, darunter ein Programm zur Förderung von Frauen.

Um darüber hinaus einen inklusiven Arbeitsplatz zu schaffen und das Ziel der 50:50-Genderparität zu fördern, bieten wir bei Beiersdorf vielfältige Möglichkeiten zur flexiblen Arbeitsgestaltung bzw. zur leichteren Vereinbarung von Privatleben und Beruf. 75 % (Vorjahr: 69 %) unserer Organisationen bieten Gleitzeit, 95 % (Vorjahr: 98 %) mobiles Arbeiten oder Homeoffice, 48 % (Vorjahr: 54 %) Teilzeitangebote und 35 % (Vorjahr: 34 %) Sabbaticals. Neben der individuellen Teilzeitarbeit fördern wir weiterhin das Jobsharing. Dabei handelt es sich um ein Arbeitsmodell, bei dem zwei Beschäftigte als Job-Tandem gemeinsam eine Rolle einnehmen. Bei uns ist das Jobsharing-Modell bereits seit mehreren Jahren gelebte Praxis – seit dem Berichtsjahr auch auf der obersten Führungsebene („Top Sharing“) oder über das bereits etablierte „Joint Leadership“-Modell bis in die mittlere Führungsebene. Darüber hinaus haben wir auch mit dem 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, Erfahrungen gesammelt. Ziel ist es, das Potenzial dieses Arbeitsmodells noch stärker zu nutzen und klarzustellen, dass es nicht nur für rückkehrende Mütter ein erfolgreiches Modell ist, sondern alle Mitarbeitenden anspricht, die ihre Arbeitskraft flexibel einsetzen möchten. Darüber hinaus sehen wir es als ein wichtiges Werkzeug für die strategische Personalarbeit und -entwicklung.

Zum Berichtsjahresende arbeiteten bei uns in Deutschland insgesamt 42 Jobsharing-Tandems (Vorjahr: 34). 22 Tandems (Vorjahr: 19) haben – in Teil- oder Vollzeit – eine Führungsrolle inne. Ergänzend zu diesen Möglichkeiten bieten wir am Standort Hamburg mit unserem Betriebskindergarten „TroploKids“ umfassende Betreuungsmöglichkeiten für die Kinder unserer Beschäftigten. Die Kindertagesstätte gehört mit ihren 108 Betreuungsplätzen und 28 Erzieher*innen (Stand 31. Dezember 2022) zu den größten ihrer Art in Deutschland. Darüber hinaus bieten wir ein Onlineportal mit Informationen für alle werdenden Eltern sowie, in Kooperation mit dem Start-up MyCollective, zwei sogenannte „Parental Leavers“-Programme an. Eines richtet sich speziell an Führungskräfte, das andere steht allen Mitarbeitenden offen. Beide Programme basieren auf einer Online-Plattform, die es Mitarbeitenden in Elternzeit ermöglicht, auf Wunsch während ihrer Elternzeit mit Beiersdorf in Verbindung zu bleiben, ein Netzwerk aufzubauen und Weiterbildungsangebote zu nutzen. Es geht darum, die richtigen Werkzeuge an die Hand zu geben, um die Rückkehr in den Job bestmöglich zu unterstützen. Auch unsere Kooperation mit der Initiative „conpadres“ (vormals VÄTERNETZWERK) haben wir im Berichtsjahr weiter fortgesetzt. In diesem Rahmen wollen wir die Handlungsbedarfe für Väter besser erkennen und zugleich den Austausch unter interessierten Vätern fördern.

In Teilzeit arbeitende Mitarbeitende nach Regionen

(in %)

	2021	2022
Europa	12	12
Amerika	1	1
Afrika/Asien/Australien	1	1
	8	7

Geschlechtsverteilung nach Region

	Männeranteil Belegschaft gesamt (in %)	Frauenanteil Belegschaft gesamt (in %)	Mitarbeitende (gesamt)
Deutschland	50	50	4.193
Europa (exkl. Deutschland)	38	62	4.612
Nordamerika	37	63	811
Lateinamerika	46	54	2.409
Afrika/Asien/Australien	50	50	4.394
Weltweit	46	54	16.419

Seit Einführung des „Gesetzes für die gleichberechtigte Teilhabe von Männern und Frauen an Führungspositionen“ („FüPoG“) im Jahr 2015 ist es für die Beiersdorf AG verpflichtend, Zielgrößen für den Frauenanteil in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands festzulegen. Gleichzeitig müssen Fristen für die Erreichung dieser Ziele formuliert werden. Für die am 30. Juni 2022 geendete Zielerreichungsperiode lagen die Zielgrößen bei 35 % für den Frauenanteil auf der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands und bei 50 % auf der zweiten Führungsebene. Am Ende der abgelaufenen Zielerreichungsperiode lag der Ist-Wert für die erste Führungsebene bei 32 %, womit Beiersdorf das Ziel – auch bedingt durch die geringe Anzahl an Gesamtpositionen auf dieser Ebene – knapp verfehlt hat (Stand 31. Dezember 2021: 31 %). Hingegen wurde die Zielgröße für die zweite Führungsebene mit 51 % zum 30. Juni 2022 erfüllt (Stand 31. Dezember 2021: 52 %). Für den Vorstand hatte sich die Beiersdorf AG zudem eine Zielgröße von 10 % Frauenanteil zum 30. Juni 2022 gesetzt. Dieser Wert wurde mit 38 % (Stand: 31. Dezember 2022) deutlich übertroffen. Zugleich entspricht die Beiersdorf AG damit der Vorgabe, die gemäß „FüPoG II“ seit August 2021 gilt, dass mindestens eine Frau und ein Mann im Vorstand vertreten sein müssen. Der ebenfalls gesetzlich vorgeschriebene Mindestanteil von jeweils 30 % Frauen und Männern im Aufsichtsrat wurde im Berichtsjahr mit einem Frauenanteil von rund 42 % (5 von 12) ebenfalls erfüllt (Vorjahr: 33 %). Mit diesen Werten entspricht Beiersdorf den freiwilligen Zielgrößen, die im Rahmen des Diversitätskonzepts für den Vorstand und den Aufsichtsrat festgelegt wurden (Frauenanteil von 30 % im Vorstand und 33 % im Aufsichtsrat).

Um den gesetzlichen Vorgaben auch in Zukunft zu entsprechen, hat die Beiersdorf AG im Berichtsjahr weiterhin Zielgrößen für den Frauenanteil in den verschiedenen Managementebenen formuliert. In diesem Rahmen wurden die Managementebenen neu – angelehnt an der aktuellen Organisationsstruktur – definiert. Demnach gelten für den Frauenanteil im Vorstand und in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands folgende Zielgrößen:

- Vorstand: mindestens 30 % Frauenanteil (Stand 31. Dezember 2022: 38 %)
- 1. Führungsebene: bis 31. Dezember 2026 mindestens 35 % Frauenanteil (Stand 31. Dezember 2022: 31 %)
- 2. Führungsebene: bis 31. Dezember 2026 mindestens 50 % Frauenanteil (Stand 31. Dezember 2022: 48 %)

Um zudem auf globaler Ebene den Anteil von Frauen in Führungspositionen zu erhöhen, hat Beiersdorf im Jahr 2018 auch ein globales Ziel für den Anteil weiblicher Führungskräfte in den drei höchsten Managementgruppen (MG 1-3) formuliert. Demnach wollten wir bis zum 30. Juni 2022 in den Managementgruppen 1-3 eine Zielgröße von 35 % Frauen erreichen. Dieses Ziel haben wir zum genannten Stichtag mit einem Frauenanteil von 37 % erreicht (Vorjahr: 34 %). In der Geschäftsleitung von La Prairie (ohne CEO) lag der Frauenanteil zum Ende des Berichtsjahres bei 50 % (Vorjahr: 43 %). Bezogen auf das Topmanagement betrug der Frauenanteil zum Berichtsjahresende 64 % (Vorjahr: 59 %).

Gemäß unserer im Jahr 2021 formulierten „Gender Parity Ambition“ wollen wir bis spätestens 2025 eine geschlechterparitätische Besetzung in allen Führungspositionen unterhalb des Vorstands (Managementgruppen 1-4) ein Verhältnis von 50:50 erreichen. Zum 31. Dezember 2022 lag der Frauenanteil hier bei 48 %.

Vielfalt der Generationen und Einbeziehung von Menschen mit Behinderungen

Neben Internationalität bzw. kultureller Vielfalt und „Gender Balance“ forcieren wir bei Beiersdorf auch die gute Zusammenarbeit unterschiedlicher Generationen. Uns geht es darum, die jeweiligen Fähigkeiten und Bedürfnisse aller Mitarbeitenden im Blick zu haben, auch speziell der älteren. Der Anteil an Beschäftigten über 50 Jahre im Unternehmensbereich Consumer in Deutschland lag zum Geschäftsjahresende bei 32 % (Vorjahr: 32 %). 15 % der Mitarbeitenden sind demgegenüber jünger als 30 Jahre (Vorjahr: 15 %). Der Altersdurchschnitt der Beschäftigten in Deutschland lag zum 31. Dezember 2022 bei 42 Jahren (Vorjahr: 42 Jahre). Um die Mitarbeitenden 50+ zu unterstützen, bietet die Beiersdorf AG interne Weiterbildungsangebote an, die auf die Bedarfe der Zielgruppe zugeschnitten sind. Ein Schwerpunkt ist dabei die Lernoffensive zu digitalen Themen, die durch die Unterstützung der Beiersdorf Tochter Beiersdorf Shared Services GmbH angeboten wird. Darüber hinaus setzt sich das Mitarbeitenden-Netzwerk „Neue Generation 50+“ dafür ein, Alter als Karrierehindernis zu hinterfragen und Wege aufzuzeigen, wie berufliches Weiterkommen altersunabhängig gelingen kann. Die Community ist zudem Partner des unternehmensübergreifenden Meta-Netzwerks „Generationen-50PLUS“, das auf dem Innovationstag 2022 des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) von Bundesarbeitsminister Hubertus Heil als „Innovatives Netzwerk 2022“ ausgezeichnet wurde. Über dieses Netzwerk initiiert Beiersdorf gemeinsam mit OTTO und dem „Demographie Netzwerk“ Veranstaltungen, um die Stärkung von alterssensiblen Unternehmenskulturen auch unternehmensübergreifend voranzutreiben. Hierzu zählte im Berichtsjahr die erste bundesweite Onlinekonferenz „Change Maker 50+“, die am 27. Oktober 2022 auf Initiative des „Generationen50PLUS“-Netzwerks stattfand. Das Netzwerk verfolgt das Ziel, die Chancen auf berufliche Weiterentwicklung bei Mitarbeitenden ab 50 Jahren zu fördern und die gesellschaftliche Wertschätzung zu erhöhen.

Altersstruktur im Unternehmensbereich Consumer Deutschland

(in %)

	2021	2022
≥ 60 Jahre	8	8
50 - 59 Jahre	24	24
40 - 49 Jahre	22	23
30 - 39 Jahre	30	30
20 - 29 Jahre	15	14
≤ 19 Jahre	1	1

Die Einbeziehung von Menschen mit Behinderungen ist für uns als arbeitgebendes Unternehmen ein weiteres Anliegen, das wir weiter forcieren wollen. Unsere Belegschaft umfasst verschiedene Menschen mit Behinderungen, ergänzend dazu unterstützen wir seit 2021 die bundesweite Initiative „Innoklusio“. Ihr Ziel besteht darin, die Inklusionskompetenz auf allen Ebenen zu fördern, um mehr Menschen mit Behinderungen im Arbeitsmarkt zu integrieren. Es geht dabei um eine gezielte Bewusstseinsbildung, um Voreingenommenheit und Ausgrenzung von Menschen mit Handicap abzubauen und einen tiefgreifenden Kulturwandel zu bewirken. Ende September traf sich unser Inklusionsteam mit den Macher*innen des Modellprojekts „Innoklusio“, um zusammen mit Schlüsselfunktionen aus unserem Unternehmen bei einem gemeinsamen Kick-off konkrete Umsetzungsschritte für die Inklusionswende festzulegen. Unter dem Motto „Mehr Miteinander als Nebeneinander“ wollen wir in unserem Unternehmen einen globalen Mindshift bewirken und die Inklusion von Menschen mit Behinderungen weiter verbessern. Im Geschäftsjahr 2023 findet eine interne Ausstellung statt, um alle Mitarbeitenden für das Thema zu sensibilisieren.

Zusätzlich zu diesem Engagement beschäftigten wir auch im Jahr 2022 verschiedene Behindertenwerkstätten. Ein Beispiel hierfür ist die Pflege der Beiersdorf Grünanlagen in Hamburg. Hier kooperieren wir bereits seit Jahren mit den Elbe-Werkstätten, der größten Behinderteneinrichtung in Deutschland. Darüber hinaus haben wir im Berichtsjahr unsere Kooperation mit der Initiative Sozialheld*innen fortgeführt. Ihr Team half uns auch in diesem Jahr bei den Planungen für den barrierefreien Beiersdorf Campus und unterstützte uns beratend hinsichtlich der Barrierefreiheit ausgewählter Beiersdorf Produkte - damit unsere Marken den Bedürfnissen von Menschen mit Behinderungen noch besser entsprechen.

Vielfältige Initiativen, Aktivitäten und Kooperationen

Beiersdorf hat im Berichtsjahr vielfältige Aktivitäten durchgeführt, um Diversity & Inclusion weiter im Unternehmen zu verankern. Bedingt durch den Kriegsbeginn in der Ukraine verzichteten wir auf die externe Kommunikation zum Weltfrauentag am 8. März, boten unseren Mitarbeitenden aber unter dem Motto „#BreaktheBias“ intern und unter Teilnahme des Executive Committee unterschiedliche Formate zum Austausch und zur Information an. Die vielfältigen Angebote zum Weltfrauentag hatten zum Ziel, auf Stereotype und Vorurteile gegenüber Frauen und Mädchen aufmerksam zu machen und so für mehr Gleichberechtigung zu sorgen. Unter dem Motto „#NowMoreThanEver“ initiierten wir bei Beiersdorf darüber hinaus am 31. Mai den „Global D&I Day“. Das vielfältige Programm umfasste Keynotes, Podiumsdiskussionen, Best-Practice-Sessions und Trainings. Dabei hatten alle Mitarbeitenden die Möglichkeit live vor Ort im Auditorium in Hamburg oder virtuell im Online-Stream, mehr darüber zu erfahren, wie und warum Diversity & Inclusion bei Beiersdorf gelebt wird. Alle Kolleg*innen waren eingeladen, sich aktiv am Austausch rund um das Thema D&I zu beteiligen. Unter der Fragestellung „Are you future ready?“ diskutierten Expert*innen zusammen mit dem ersten Führungstandem aus unseren Reihen, inwiefern Jobsharing ein Zukunftsmodell für Führungspositionen ist.

Auch zum Pride Month, dem Christopher Street Day 2022 in Hamburg und darüber hinaus war Beiersdorf aktiv und zeigte Flagge für Toleranz und Akzeptanz. Wir haben intern sowie extern auf das vielfältige Engagement von Beiersdorf für die LGBTIQ+²-Community aufmerksam gemacht. Dazu gehörte im Berichtsjahr beispielsweise der Start der Partnerschaft mit der gemeinnützigen Hamburger Initiative WELCOMING OUT. Die Initiative möchte Mitgliedern der LGBTIQ+-Community Ängste vor einem Coming-out nehmen und ihnen die wichtige Botschaft vermitteln „Ich heiße dich so willkommen, wie du bist“. Die Initiative spricht hierzu gezielt heterosexuelle cis-gender Menschen an und klärt über die Bedeutung von Verbündeten und „Allyship“ auf. Als einer der ersten PATRONS OF WELCOMING OUT erhebt Beiersdorf die Stimme für Respekt, Toleranz und mehr Miteinander. Auch die Marken NIVEA und Labello zeigten im Berichtsjahr erneut ihre Unterstützung des Pride-Engagements. Unter dem Slogan „NIVEA ist für alle da“ setzte die Marke mit verschiedenen Aktionen und Produkten ein klares Zeichen der Akzeptanz. Auch die Marke Labello zeigte mit der Labello Pride Kiss Edition ihr Engagement für die LGBTIQ+-Community.

Über unsere Partnerschaft mit der Initiative „Generation Rainbow“ am Pride Day Germany, dem 7. Juli 2022, unterstrichen wir darüber hinaus unser Bekenntnis für Gleichberechtigung der LGBTIQ+-Community, besonders in der Arbeitswelt. Als Teil der Initiative wurde das Buch „Generation Rainbow - Damit anders sein normal wird“ veröffentlicht. Das Buch zeigt Regenbogenvorbilder, die als Orientierung und Inspiration dienen, um LGBTIQ+-Vielfalt am Arbeitsplatz stärker zu leben. Ergänzend dazu schickten wir am 6. August erstmals einen eigenen Beiersdorf Truck auf den farbenfrohen Demonstrationzug des Hamburger Christopher Street Days. Über 150 Kolleg*innen und Verbündete waren an dem Tag auf und neben dem Truck dabei und setzten unter dem Motto „Be proud in your skin“ ein deutliches Statement. Die Teilnahme an der Demonstration wurde von der internen Mitarbeitenden-Community „Be You @Beiersdorf“ organisiert und gesteuert.

² LGBTIQ+ ist eine aus dem englischen Sprachraum kommende Abkürzung für Lesbian (lesbisch), Gay (schwul), Bisexual (bisexuell), Transgender (transgender), Intergender (intergender), Queer (queer) und mehr.

Mit dem Ziel, die Gleichberechtigung aller Geschlechter bei Beiersdorf weiter voranzubringen, feierten wir am 3. November zudem die sechste „Wo*Men in Leadership Convention“. Rund 160 Teilnehmende waren vor Ort dabei, mehr als 3.000 Kolleg*innen verfolgten den Livestream. Sie alle erlebten unter dem Motto „Forward: #StrongerTogether“ einen Mix aus Inspiration, Upskilling und Austausch mit internen und externen Vorbildern. Das gemeinsame Ziel aller Teilnehmenden: eine Kultur zu schaffen, in der alle die gleichen Chancen haben und in der Talent und Potenzial die Basis sind, um den persönlichen Karriereweg zu gehen und erfolgreich zu sein. Die vielfältige Agenda umfasste Keynotes, Panel-Diskussionen und Masterclasses rund um das Thema Führung sowie Jam-Sessions, bei denen Mitarbeitende für zehn Minuten die globale Bühne übernahmen und ganz persönliche Inhalte präsentierten. Mitglieder des Executive Boards und des Senior-Managements stellten sich in kleinen Runden den Fragen von interessierten Mitarbeitenden und gaben im direkten Austausch Tipps für den Karriereweg.

Weitere Aktivitäten und interne Events wurden von unseren zahlreichen Mitarbeitenden-Netzwerken initiiert, die sich verschiedenen Diversity-Dimensionen widmen. Die bereits im Jahr 2019 gegründete „Be You @Beiersdorf“-Gemeinschaft, die sich zum Ziel gesetzt hat, das Bewusstsein für LGBTIQ+-Themen zu schärfen und ein noch integrativeres Umfeld für alle LGBTIQ+-Menschen zu schaffen, wird unterstützt von CEO Vincent Warnery, der als „Be You @Beiersdorf“-Botschafter agiert. Die Gemeinschaft unterstützte im Berichtsjahr alle Aktivitäten rund um den Pride Month. Zum Internationalen Tag der lesbischen Visibilität im April präsentierte das Team hinter „Be You“ zudem erstmals das neue Format „Closet Talk“, bei dem inspirierende Menschen aller Geschlechter zu Wort kommen. Unter der Fragestellung „Why coming out as a queer woman is good business!“ sprachen drei queere Frauen über ihre Erfahrungen und ermutigten LGBTIQ+-Mitglieder, sich ebenfalls zu outen. In der zweiten Ausgabe der Event-Reihe lautete das Motto „Bi+: the invisible dimension“. Das Netzwerk umfasst weltweit bereits 230 Mitglieder und wird von zahlreichen „Allys“, also Menschen, die sich mit der LGBTIQ+-Community solidarisch zeigen, unterstützt.

Neben dem Mitarbeitenden-Netzwerk „Be You @Beiersdorf“ initiierten im Berichtsjahr auch weitere Mitarbeitenden-Communities ihre individuellen Aktivitäten. Die im Jahr 2020 gegründete „Grassroots“-Community „#SisterhoodisPower“, die sich zum Ziel gesetzt hat, dass sich Frauen gegenseitig auf ihrem Karriereweg unterstützen, führte ihre digitale #PowerTalk-Reihe, in denen inspirierende Frauen ihre Geschichten und Gedanken zum Thema Führung sowie ihre persönlichen Tipps teilen, auch im Berichtsjahr weiter fort. Darüber hinaus konzentrierte sich die Initiative auf ihr im Vorjahr gestartetes Peer-Mentoring-Programm „#Grow2gether“. Es ist das erste inklusive, unternehmensweite Mentoring-Programm, das sich an alle Mitarbeitenden weltweit richtet und zum Ziel hat, inspirierende Beziehungen zu fördern, die auf Vertrauen und gegenseitigem Respekt basieren und von denen sowohl Mentor*innen als auch Mentees profitieren. Zum Internationalen Frauentag startete die Community zudem eine Postkarten-Aktion, bei der Mitarbeitende dazu eingeladen wurden, eine E-Card an ihre Kolleg*innen zu schicken, um diesen besonderen Tag zu feiern.

Weitere aktive Mitarbeitenden-Gemeinschaften sind das „Neue Generation 50+“-Netzwerk, das im Berichtsjahr verschiedene „Learning Sessions“ zum Thema Digitalisierung initiierte, die im Jahr 2021 neu gegründete Mitarbeitenden-Community „WEnited“, die mit einem Buddy-Programm und verschiedenen Veranstaltungen den Austausch und Zusammenhalt von internationalen Kolleg*innen fördern will, sowie das im Berichtsjahr etablierte Väternetzwerk „DAD.icated“, eine Gemeinschaft von Vätern, werdenden Vätern und Verbündeten, die dazu ermutigen, ihre eigene Vorstellung von einem Leben als Vater zu verwirklichen. Im Juli des Berichtsjahres etablierte das Netzwerk einen regelmäßigen Stammtisch. Darüber hinaus wurde „DAD.icated“ Partner der Initiative „conpadres“, einem unternehmensübergreifenden Netzwerk für mehr partnerschaftliche Vereinbarkeit aus Vätertsicht.

Neben den vielen internen Aktivitäten unterstützt Beiersdorf auch den unternehmensübergreifenden Austausch im Rahmen von externen Partnerschaften. Hierzu zählt zum Beispiel das im Jahr 2021 gestartete Engagement für die Initiative „BeyondGenderAgenda“ (BGA), die Diversity, Equity &

Inclusion (DE&I) in der DNA börsennotierter und mittelständischer Unternehmen verankern und damit die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft nachhaltig sichern will. Beiersdorf ist zudem Unterzeichner der Initiative „Charta der Vielfalt“, die die Anerkennung, Wertschätzung und Einbeziehung von Diversity in verschiedenen Dimensionen in der Arbeitswelt voranbringen möchte. Weitere Partnerschaften mit dem Fokus auf Geschlechtergerechtigkeit bestehen mit dem LEAD Network (Leading Executives Advancing Diversity), das es sich zur Aufgabe gemacht hat, Frauen für den Konsumgüter- und Einzelhandelssektor in Europa zu gewinnen, dort zu halten und zu fördern, sowie mit den Programmen „MyCollective“ und „conpadres“, die die Themen Elternzeit und Vaterschaft in den Fokus stellen. Um die LGBTQ+-Community zu stärken, ist Beiersdorf zudem Partner der Hamburger Initiative WELCOMING OUT, die Mitgliedern der LGBTQ+-Community die Angst vor dem eigenen Coming-out nehmen und ein deutliches Symbol der Akzeptanz setzen will. Über unsere Partnerschaft mit „Queere Vernetzung“ unterstützen wir die Akzeptanzarbeit in Bezug auf geschlechtliche und sexuelle Vielfalt in Hamburger Unternehmen, über die PROUT AT WORK-Foundation fördern wir die Chancengleichheit für LGBTQ+-Menschen am Arbeitsplatz.

Um Menschen mit Behinderungen stärker zu berücksichtigen, arbeiten wir zudem mit Innoklusio und Sozialheld*innen zusammen.

tesa

Als einer der weltweiten Technologieführer im Bereich technische Klebebänder und Klebesystemlösungen positioniert sich tesa als attraktiver und nachhaltiger Arbeitgeber. 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 2022 hat tesa in die Qualifizierung seiner Mitarbeitenden investiert und weitere attraktive Entwicklungsmöglichkeiten geschaffen.

Im Berichtsjahr wurde das Entwicklungsangebot um weitere Online-Lernangebote erweitert, um der nach wie vor global anhaltenden COVID-19-Pandemie Rechnung zu tragen. Speziell für unsere High Potentials haben wir u. a. Development Center angeboten und diese durch individualisierte Entwicklungsmaßnahmen weiter gefördert.

Führungskultur

Die Fähigkeit von Führungskräften, den Mitarbeitenden ein motivierendes Arbeitsumfeld zu bieten und die Entfaltung ihrer Talente zu fördern, ist entscheidend für den Geschäftserfolg von tesa und seine Attraktivität als Arbeitgeber. Bereits 2019 hat tesa deshalb begonnen, ein neues Management Development Programm (MDP) zu konzipieren. Das Programm zielt darauf ab, Manager*innen in Themen wie z. B. Strategieentwicklung, Finance & Controlling bis hin zu Supply Chain- und HR-Management wesentliche Führungsfähigkeiten zu vermitteln. Das ein Jahr dauernde Programm mit diversen Remote- und zwei Präsenzmodulen startete im Mai 2022 und wird voraussichtlich im September 2023 abschließen.

Ein weiteres Schwerpunktthema der HR-Arbeit ist die Förderung der tesa Talente. Im Rahmen des sogenannten „Competencies Review“ bekommen Talente die Chance, an berufsrelevanten Übungen – vergleichbar mit denen eines Assessment Centers – teilzunehmen. Anschließend erhalten die Teilnehmenden ein qualifiziertes Feedback zu ihren Stärken und Entwicklungsfeldern anhand der tesa Key Competencies. Wesentliche 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.

Mit der People Values Kampagne „Dare to create“ wurden allen tesa Mitarbeitenden in den Jahren 2021 und 2022 mit starker Unterstützung der Vorstandsmitglieder, die sechs Unternehmenswerte nähergebracht. Zusätzlich fanden auf der Senior Executive-Ebene Workshops statt, um die People Values noch stärker in die tägliche Arbeit zu integrieren. Diese Kernwerte des Unternehmens lauten: „Team up, Set the pace, Challenge yourself, Focus on your customers, Act responsibly“ sowie „Achieve & Improve.“ Zusätzlich finden sich die People Values in den von HR zur Verfügung gestellten Personalinstrumenten, wie zum Beispiel dem tesa Performance Appraisal wieder, welches in dieser Form im Jahr 2022 zum ersten Mal durchgeführt wurde. Mitarbeitende und Führungskräfte haben somit die Values in ihre tägliche Arbeit integriert und auch als richtungsgebendes Instrument etabliert.

Wissensvermittlung

Im Berichtsjahr war die Qualifizierung und Weiterentwicklung der Führungskräfte und Mitarbeitenden pandemiebedingt weiterhin vor Herausforderungen gestellt. Die weltweiten Trainingsprogramme in Präsenzform konnten auch 2022 nur vereinzelt 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“ weiter auf tesa spezifische Bedarfe individualisiert 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 Technologie, Sales sowie Supply Network. Über einen digitalen tesa Learning Hub sind den Mitarbeitenden alle Weiterbildungsangebote jederzeit zugänglich.

Im Jahr 2022 wurde zudem eine neue Führungskräfte trainingsreihe weiter an hybride Arbeitsformen angepasst. 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 bereits erfahrene Führungskräfte in Führungskompetenzen wie zum Beispiel Teamentwicklung, Changemanagement oder Coaching unterwiesen. Die inhaltlichen Schwerpunkte der Führungskräfte trainingsreihe orientieren sich dabei an den Herausforderungen der aktuellen tesa Strategie und Leadership@tesa.

Das weltweite Mitarbeitendengespräch tesa Performance Appraisal wird in der gesamten tesa Organisation durchgeführt. Innerhalb des Gesprächs zwischen Mitarbeitenden und Führungskraft gilt es Feedback zu Arbeitsergebnissen und Arbeitsverhalten dialogisch zu besprechen und durch die Führungskraft Orientierung für das kommende Jahr zu erhalten. Neben den Führungskräften sind mit dem neuen Prozess auch alle Mitarbeitenden aufgerufen, sich mit dem Gesprächsbogen auf das Gespräch vorzubereiten. Durch diesen Prozess stärkt tesa die Eigenverantwortung der Mitarbeitenden, aber auch die Eigeninitiative und das Bewusstsein für die erbrachten Leistungen. Zusätzlich sollen Mitarbeitende und Führungskräfte von einer stärkeren Feedback- und Dialogkultur bei tesa profitieren.

Attraktives Arbeitsumfeld

Im Berichtsjahr verfolgte tesa weitere Initiativen für ein attraktives Arbeitsumfeld:

BGM - Betriebliches Gesundheitsmanagement

Unseren Mitarbeitenden bieten wir in unserer Unternehmenszentrale in Norderstedt 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).

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, Online-Training „Gesundes Führen auf Distanz“).

tesa Young Connection

Die Präsenzveranstaltungen der tesa Young Connection haben 2022 wieder stattfinden können. So fand in diesem Jahr auch wieder eine große Jahresveranstaltung über zwei Tage statt. Mit Workshops zu tesa spezifischen Themen, wie z. B. Employer Branding wurden die Tage eingeleitet und setzten dann den Fokus auf Networking-Aktivitäten, um den Zusammenhalt und die Bindung innerhalb der Nachwuchskräfte von tesa zu stärken.

tesa Women's Network

In 2022 haben wir mit dem neuen Frauennetzwerk #SisterhoodisPower von Beiersdorf kooperiert. Unterjährig haben dort regelmäßig Online-Veranstaltungen stattgefunden. Interne und externe Speaker*innen lieferten unterschiedliche Keynotes zu Karriere, Familie sowie Resilienz und eigenem Empowerment.

Back2Office

Wir haben massiv in IT- und Kommunikationstechnologie für hybrides Arbeiten investiert sowie Sozialräume wie Kantine und Kaffeebar modernisiert. Diese laden zu Meetings und kreativem Zusammenarbeiten am Standort ein. Gleichermassen testen wir erste Shared Desk-Konzepte um eine noch größere individuelle Freiheit in der Wahl des Arbeitsorts zu ermöglichen und um somit der Arbeit in Matrix-Strukturen gerecht zu werden.

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 im Jahr 2022 haben wir wieder einiges erreicht und 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 Wissenschaftler*innen, 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.

2022 wurden wir für unsere hervorragende Nachhaltigkeitsleistung ausgezeichnet: Die Beiersdorf AG bekam von der Non-Profit-Organisation Carbon Disclosure Project (CDP) für ihre führende Rolle hinsichtlich Zielsetzungen, Fortschritt und Transparenz in den Bereichen Klima, Wald und Wasser eine Auszeichnung und erhält damit einen Platz auf der renommierten „Triple A-Liste“. Dieser Meilenstein zeigt die Fortschritte, die wir in den letzten Jahren bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsagenda gemacht haben.

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/ueberuns/sustainability weitere Inhalte zum Thema Nachhaltigkeit zur Verfügung.

¹ Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

Nichtfinanzielle Erklärung 2022

Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung des Beiersdorf Konzerns und der Beiersdorf AG

Beiersdorf berichtet gemäß CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) innerhalb des Geschäftsberichts über wesentliche nichtfinanzielle Aspekte der Geschäftstätigkeit. Dies sind Umwelt-, Personal- 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.

Zusätzlich zur NFE veröffentlichen beide Unternehmensbereiche - Consumer und tesa - jeweils separate Nachhaltigkeitspublikationen. Diese stellen weiterführende Informationen zu Nachhaltigkeitsaktivitäten und -projekten aus dem Berichtsjahr dar.

Anwendung internationaler Standards und Rahmenwerke

Aufgrund der unterschiedlichen Wesentlichkeitsanforderungen der GRI-Standards bzw. des „Global Compact“ der Vereinten Nationen (UNGC) und des CSR-RUG wurden für die Erstellung der Nichtfinanziellen Erklärung des Beiersdorf Konzerns und der Beiersdorf AG 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 Mitglieder 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. Mit der vorliegenden Nichtfinanziellen Erklärung werden die UNGC-Anforderungen an die Fortschrittsberichterstattung (Communication on Progress - CoP) systematisch und übergreifend für den Beiersdorf Konzern erfüllt.

Die wesentlichen nichtfinanziellen Themen der Unternehmensbereiche

Beide Unternehmensbereiche führen Materialitätsanalysen durch, um Nachhaltigkeitsthemen strategisch zu identifizieren und zu überprüfen. Im Unternehmensbereich Consumer fand zuletzt im Jahr 2021 eine solche Analyse statt. 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 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.

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 der Tabelle „Relevante Kennzahlen zur Nichtfinanziellen Erklärung der Beiersdorf AG“ aufgeführt.

Die akquirierten Geschäfte STOP THE WATER WHILE USING ME! (2020) und Chantecaille (2022) werden in eigenständigen Geschäftseinheiten geführt und sind aufgrund ihrer vergleichsweise geringen Absatzvolumina nicht in den berichteten Kennzahlen erfasst. Aufgrund der eingeschränkten Datenverfügbarkeit in Hinblick auf nichtfinanzielle Themen ist auch unsere Beteiligung NIVEA-KAO in Japan nicht in dieser Erklärung enthalten. Eine Ausnahme bilden die CO₂-Kennzahlen, in deren Berechnung auch NIVEA-KAO einfließt.¹

Seit dem Geschäftsjahr 2021 berichten wir außerdem gemäß Artikel 8 der EU-Taxonomie-Verordnung innerhalb der NFE über Umsatzerlöse, Investitionsausgaben und operative Ausgaben, die mit ökologisch nachhaltigen Aktivitäten verbunden sind. Die Berichterstattung zur EU-Taxonomie erfolgt gemeinsam für die Unternehmensbereiche Consumer und tesa.

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.

¹ Die für NIVEA-KAO erhobenen CO₂-Kennzahlen umfassen die Scopes 1 und 2 sowie unter Scope 3 die Bereiche Verpackung und Rohmaterialien, sowie die Fertigwarenherstellung aus Kategorie 1: Einge kaufte Güter und Dienstleistungen, vorgelagerte Transporte aus Kategorie 4.

NFE-Index

[Erklärung zur zusammengefassten Nichtfinanziellen Erklärung](#)

Strategie			
Beschreibung des Geschäftsmodells			
Wesentliche Risiken			
NFE-Aspekt	Wesentliche Themen Consumer		Wesentliche Themen tesa
Umweltbelange	Klimaschutz	S. 96	Klima und Energie S. 96
	Kreislaufwirtschaft	S. 104	Produktnachhaltigkeit S. 108
	Nachhaltige Landnutzung	S. 109	Ressourceneffizienz S. 112
	Wasser	S. 113	Wasser S. 115
Arbeitnehmer*innenbelange	Aus- und Weiterbildung	S. 115	Personalentwicklung S. 116
	Diversität und Inklusion	S. 116	Diversität und Chancengleichheit S. 117
	Arbeitgeberattraktivität	S. 116	
Sozialbelange	Arbeitsicherheit und Gesundheit	S. 117	Arbeitsicherheit und Gesundheit S. 119
	Gesellschaftliches Engagement	S. 120	
Menschenrechte	Achtung der Menschenrechte	S. 123	Achtung der Menschenrechte S. 125
Compliance	Compliance und Geschäftsethik	S. 127	Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten S. 127
Weitere Belange	Produktsicherheit	S. 130	Produktsicherheit S. 131
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 entwickeln unser Engagement in diesen Bereichen stetig weiter.

Unsere konzernweite Nachhaltigkeitsfunktion Corporate Sustainability ist für die strategische Ausgestaltung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten zuständig und informiert die Geschäftsleitung regelmäßig über Fortschritte und Handlungsbedarf. Seit August 2022 berichtet die Funktion direkt an den Vorstandsvorsitzenden der Beiersdorf AG, der das Thema Nachhaltigkeit verantwortet.

Um die Behandlung von wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen wie dem Klimaschutz zu beaufsichtigen, verfügen wir über zwei funktionsübergreifende Steuerungsgremien: den Sustainability Council für den Unternehmensbereich Consumer und das Global Executive Committee für tesa. Im Sustainability Council sind die Leiter*innen aller relevanten Fachbereiche vertreten, denen jeweils die Vorstandsmitglieder vorstehen. Das Gremium tritt mindestens vierteljährlich zusammen. Das Global Executive Committee bei tesa besteht aus den Vorstandsmitgliedern und weiteren Führungskräften, etwa dem Chief Sustainability Officer. Das Komitee tagt alle zwei Wochen und bespricht das Thema Nachhaltigkeit regelmäßig neben weiteren Aspekten. Daneben berichtet der Chief Sustainability Officer direkt an den Vorstandsvorsitzenden von tesa.

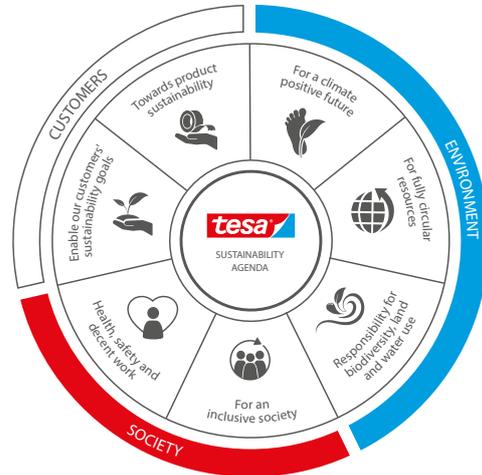
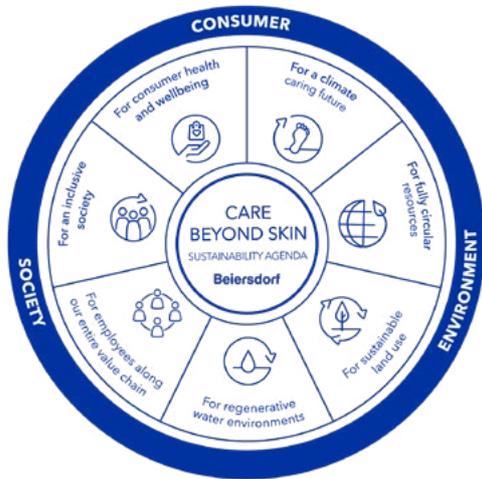
Zudem stehen wir in einem regelmäßigen Dialog mit unseren externen Stakeholder*innen. Durch diesen Austausch überprüfen wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten kontinuierlich und beziehen so aktuelle gesellschaftliche und ökologische Entwicklungen mit in unsere Planungen ein.

Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN

(Unternehmensbereich Consumer)

Nachhaltigkeitsagenda

(Unternehmensbereich tesa)



Consumer

Das Thema Nachhaltigkeit ist zentral für unser Selbstverständnis. Deshalb haben wir es in der 2019 definierten Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ als wichtigen Eckpfeiler für unser unternehmerisches Handeln implementiert.

Integraler Bestandteil von C.A.R.E.+ ist seit 2020 unsere Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN. Sie 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 bzw. 2030 erreichen wollen.

Die zehn Prinzipien des „Global Compact“ der Vereinten Nationen (UNGC) und die „Sustainable Development Goals“ (SDGs) bilden die Grundlage unseres Engagements. Mit der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsagenda zahlen wir auf 13 der insgesamt 17 SDGs ein.

Im Berichtsjahr haben wir daran gearbeitet, weitere Fortschritte zu machen und unseren Zielen näherzukommen. Um das Thema Nachhaltigkeit auch intern weiter voranzutreiben, haben wir 2022 ein spezielles Weiterbildungs- und Engagementprogramm ins Leben gerufen: unsere Corporate Sustainability Academy. In diesem Rahmen haben wir beispielsweise im September 2022 einen interaktiven E-Learning-Kurs eingeführt. Dieser steht allen Mitarbeitenden zur Verfügung und soll ihnen unsere Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN näherbringen.

tesa

Bei tesa ist Nachhaltigkeit in der Unternehmensstrategie verankert. Im Berichtsjahr haben wir die bestehende Nachhaltigkeitsstrategie überarbeitet und das bisherige Ambitionslevel erhöht. Beispielsweise wurden neue Klimaziele verabschiedet. Unsere Ambition lautet nun: Wir wollen all unser technologisches Know-how und unsere Leidenschaft dafür einsetzen, nachhaltigere Klebelösungen und Produkte zu entwickeln.

Den Rahmen bilden fünf strategische Handlungsfelder, für die tesa langfristige Ziele bis 2030 definiert hat. Die Felder decken die gesamte Wertschöpfungskette des Unternehmensbereichs ab und lauten: Verringerung der Emissionen, verantwortungsvolle Beschaffung, Verwendung von recycelten und biobasierten Materialien, Kreislaufwirtschaft und Abfallvermeidung sowie Kund*innen bei ihren Nachhaltigkeitszielen unterstützen.

Ein Baustein der Strategie ist weiterhin die Nachhaltigkeitsagenda, die sich an den zehn Prinzipien des „Global Compact“ der Vereinten Nationen (UNGC) und den „Sustainable Development Goals“ (SDGs) der Vereinten Nationen orientiert. Die Agenda haben wir 2022 ebenfalls leicht angepasst. Sie reflektiert unseren Anspruch, Nachhaltigkeit ganzheitlich zu verstehen, und beinhaltet somit auch Themen, die über die strategischen Handlungsfelder hinausgehen – zum Beispiel Arbeitssicherheit.

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 Hautpflegeprodukten 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“.

Wesentliche Risiken

Als global agierendes Unternehmen sind wir uns unserer Vorbildfunktion und unserer Verpflichtung bewusst, verantwortungsvoll gegenüber der Umwelt, einzelnen Menschen und der gesamten Gesellschaft zu handeln. Verletzen wir unsere Sorgfaltspflichten, kann dies zu nichtfinanziellen Risiken führen. Dazu zählen sowohl Ereignisse und Entwicklungen, die sich negativ auf unseren Geschäftserfolg auswirken, als auch Risiken, die von unserer eigenen Geschäftstätigkeit ausgehen, zum Beispiel negative Auswirkungen auf die Umwelt.

Im Rahmen unseres konzernweiten integrierten Managementsystems evaluieren wir daher regelmäßig, welche nichtfinanziellen Risiken für Beiersdorf relevant sind und wo Steuerungsbedarf besteht. 2022 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 ist im sich verändernden Konsument*innenverhalten im Zusammenhang mit der Verwendung bestimmter Materialien wiederzuerkennen. 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.

Über das integrierte Risikomanagement erfassen und steuern wir die mit dem Klimawandel verbundenen Risiken – beispielsweise Auswirkungen auf Rohstoffpreise und Materialverfügbarkeiten oder die Einführung neuer fiskalischer Instrumente – ebenso wie die entsprechenden Maßnahmen zur Risikominimierung.

2021 führte der Unternehmensbereich Consumer eine Analyse der klimabedingten physischen und transitorischen Risiken sowie Chancen gemäß den Empfehlungen der „Task Force on Climate-Related Financial Disclosures“ (TCFD) durch und hat dabei potenzielle Risiken qualitativ beschrieben. Aufbauend auf diesen Ergebnissen nahmen wir im Berichtsjahr die finanzielle Bewertung der identifizierten physischen Risiken vor und planten entsprechende Maßnahmen; beides erfolgte im Rahmen des integrierten Risikomanagements sowie des Resilienz-Programms der Abteilung Supply Chain. Eine Zusammenfassung der TCFD-relevanten Informationen ist in einem separaten Dokument auf unserer Internetseite abrufbar.

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

Der Klimaschutz ist ein zentrales Handlungsfeld in den Nachhaltigkeitsstrategien der Unternehmensbereiche Consumer und tesa. Die CO₂-Reduktionsziele sind fest in den Vorstandszielen verankert. Die erforderlichen Aktivitäten zur Erreichung unserer Klimaambitionen werden auch in der Finanz- und Investitionsplanung berücksichtigt. Sowohl der Sustainability Council im Unternehmensbereich Consumer als auch das Global Executive Committee bei tesa sind dafür verantwortlich, klimabezogene Entscheidungen zu überwachen. Dabei geht es darum, die Strategien weiterzuentwickeln, die Fortschritte in der Erreichung der Klimaziele zu überprüfen und die Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen voranzutreiben. Auch das Executive Committee bei Beiersdorf befasst sich regelmäßig mit den Plänen und Fortschritten der Klimastrategie.

Für den Unternehmensbereich Consumer hat der Sustainability Council im Berichtsjahr Ziele verabschiedet, die auf einzelne Produktkategorien ausgerichtet sind. Der Sustainability Council ist auch dafür zuständig, die Zielerreichung zu überwachen.

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 die zusätzlichen 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.

Im Berichtsjahr hat der Unternehmensbereich tesa seine Nachhaltigkeitsstrategie überarbeitet und dabei auch seine Klimaziele geschärft. Bis 2030 visiert tesa eine klimaneutrale Produktion an. Außerdem sollen die Scope-3-Emissionen bis 2030 um 20 % gegenüber 2018 reduziert werden.

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

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 Berichtsjahr haben wir zusammen mit externen Beratungsunternehmen begonnen, eine Net-Zero-Strategie im Einklang mit dem von der SBTi im Jahr 2021 veröffentlichten Standard zu entwickeln.

Im Hinblick auf unsere Klimaziele erreichten wir erneut Fortschritte: Die absoluten Scope-1- und Scope-2-Emissionen im Bereich Consumer konnten gegenüber dem Basisjahr 2018 um 31 % und bei tesa um 27 % gesenkt werden. Dies führte insgesamt zu einer Reduktion der absoluten Scope-1- und Scope-2-Emissionen um 29 %. Die absoluten Scope-3-Emissionen² des Unternehmensbereichs Consumer wurden im gleichen Zeitraum um 16 % reduziert.

Bereits 2020 erreichten wir außerdem unser Ziel, an weltweit allen Büro- und Produktionsstandorten von tesa und Consumer, für die Daten erfasst werden, zu 100 % Strom aus erneuerbaren Energiequellen zu beziehen.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.

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. Der Unternehmensbereich Consumer erhebt Energieverbrauchsdaten an allen Produktionsstandorten, in unseren eigenen Lagern und in unseren Büros ab 50 Mitarbeitenden (in Vollzeitäquivalenten). tesa erhebt die Energieverbrauchsdaten für alle nach ISO 14001 zertifizierten Standorte. Dies umfasst sechs Produktionsstandorte sowie die Hauptzentrale.

Seit 2022 beziehen wir gemäß dem Ansatz der operativen Steuerung des GHG Protocol auch die Emissionsdaten unserer Beteiligung NIVEA-KAO in die Berechnung für die Scopes 1 bis 3 mit ein. Für die Scope-3-Emissionen wurden die Kennzahlen ab 2018 rückwirkend angepasst. Für die Scope-1- und Scope-2-Emissionen verwenden wir Primärdaten von NIVEA-KAO; diese sind in den Kennzahlen 2022 berücksichtigt. Die Scope-1- und Scope-2-Kennzahlen der Vorjahre wurden jedoch nicht dahingehend angepasst.

² Zu den Scope-3-Emissionen gehören die Kategorien eingekaufte Waren und Dienstleistungen, vorgelagerter Transport unter der Berücksichtigung der Zertifikate für Biokraftstoffe 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.

Kennzahlen

	Unternehmensbereich	2018 (Basisjahr)	2020	2021	2022
Scope-1-Emissionen (t CO ₂ e)	Beiersdorf Konzern	98.980	93.057	99.693	90.349
	Consumer	43.341	38.929	41.320 ¹	39.497
	tesa	55.639	54.128	58.373	50.852
Scope-2-Emissionen (t CO ₂ e) ²	Beiersdorf Konzern	30.060	1.240	1.569	1.322
	Consumer	15.809	1.228	1.569	1.314
	tesa	14.251	12	–	8
Scope-1- und Scope-2-Emissionen (t CO ₂ e)	Beiersdorf Konzern	129.040	94.297	101.262	91.671
	Consumer	59.150	40.157	42.889	40.811
	tesa	69.890	54.140	58.373	50.860
Gesamt-Energieverbrauch (GWh)	Beiersdorf Konzern	668	631	683	671
	Consumer	341	321	339	333
	tesa	327	310	344	338

¹ Rückwirkende Anpassung der Daten aufgrund Datenkorrektur der Scope-1-Emissionen.

² 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-Emissionen¹ 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 im Basisjahr 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.

¹ Bei allen folgenden Ausführungen zu unseren Scope-3-Emissionen werden nur der Massenmarkt sowie das Dermokosmetikgeschäft des Unternehmensbereichs Consumer betrachtet, falls nicht anders spezifiziert.

Der Hauptanteil unserer Scope-3-Emissionen entsteht bei den Vormaterialien und Herstellungsprozessen der Verpackungen² 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. Im Rahmen der Scope-3-Kalkulationen arbeiten wir mit Dienstleister*innen zusammen, um weitere und verbesserte Emissionsfaktoren für Lebenszyklusanalysen zu erheben.

Im Laufe des Berichtsjahres wurden im Rahmen der umfassenden Digitalisierung im Bereich Nachhaltigkeit zahlreiche Analysetools integriert. Diese ermöglichen eine unterjährige Auswertung und Projektion der wesentlichen KPIs, wie der Scope-3-Emissionen oder der Kennzahlen im Bereich Plastikverpackungen.

Die Berechnung der Emissionen unserer ausgelagerten Produktion und Lagerung erfolgt anhand von Abfragen bei Lieferbetrieben aus den Bereichen Fertigwaren und Lagerung.³ Es wurden Daten zum Energieverbrauch sowie Emissionsfaktoren für eingekauften Strom erhoben. Die Daten sind auf die für uns produzierten Produktmengen bzw. Warenumschnitte bezogen. Die Kalkulationsmethodik zu den THG-Emissionen ist deckungsgleich mit der Scope-1- und Scope-2-Kalkulation für unsere eigenen Standorte. 2022 konnten wir 86 % unserer ausgelagerten Fertigwarenproduktion und 95 % 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 überwiegend das Tool „EcoTransIT“ nach der europäischen Norm DIN EN 16258. Daten zu Entfernungen, Ladelasten und den verschiedenen Verkehrsmitteln werden aus dem Logistiknetzwerk gewonnen.

Die Emissionen, die aus dem Transport unserer Produkte mittels Seefracht resultieren, sind zu 77 % biogenen Ursprungs. Dies stellen wir durch den Kauf von Treibstoffzertifikaten sicher. Die Treibstoffzertifikate basieren auf einem Mass-Balance-Ansatz. Dies meint nicht, dass die Schiffe, die unsere Produkte transportieren, tatsächlich mit Biokraftstoff betrieben werden, da eine solche Nachverfolgbarkeit momentan nicht besteht, sondern es wird angestrebt, die eingesetzte Menge an Biotreibstoff in der globalen Seefrachtindustrie zu erhöhen. Insgesamt zielt Beiersdorf auf die Transformation hin zu einem grüneren Logistiknetzwerk ab.

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 Geschäftsreiseveranstalter (VDR) unter Berücksichtigung eines „Radiative Forcing Index (RFI)“-Faktors von zwei für Geschäftsflüge. Im Falle direkt gemeldeter Geschäftsreisedaten berechnen wir die Emissionen auf der Grundlage der IEA-Daten. Im Berichtsjahr wurden die Flugemissionen der deutschen Gesellschaften aus 2021 rückwirkend ausgeglichen. Dies wird auch für das Berichtsjahr 2022 erfolgen. Im Vergleich zu 2018 sind unsere Scope-3-Emissionen im Bereich Geschäftsreisen um 47 % zurückgegangen. Diese Entwicklung kann unter anderem auf die anhaltende COVID-19-Pandemie zurückgeführt werden.

Die miteinbezogenen Scope-3-Emissionen unserer Mehrheitsbeteiligung NIVEA-KAO ermitteln wir anhand der Ergebnisse von Lebenszyklusanalysen (LZA), die wir 2022 für bestimmte Referenzprodukte durchführten. Die Schätzung der Emissionen für die vorherigen Jahre erfolgte auf Grundlage der verkauften Menge an Referenzprodukten. Die Berechnung der Rohstoff- und Verpackungsemissio-

² Wir berücksichtigen bei dieser Berechnung Konsument*innenverpackungen und Sekundärpackmittel. Packmittel, die im Rahmen von Konfektionierungsarbeiten oder bei der Transportvorbereitung hinzugefügt werden, sind nicht enthalten.

³ Bei der ausgelagerten Produktion und Lagerung weicht der Datenerhebungszeitraum (Dezember 2021 bis November 2022) vom Berichtszeitraum ab.

nen von NIVEA-KAO wird gemäß der Materialliste der Referenzprodukte und den LZA-Emissionsfaktoren durchgeführt. Für die vorgelagerten Transportemissionen der Mehrheitsbeteiligung berücksichtigen wir das Produktgewicht, die durchschnittliche Transportentfernung und die Emissionsfaktoren der Verkehrsträger. Die kalkulierten Emissionen sind in den jeweiligen nachstehenden Scope-3-Kategorien enthalten.

Zusätzlich zur Nichtfinanziellen Erklärung legen wir im Rahmen einer jährlichen Befragung der Organisation CDP unsere Managementansätze und Daten zum Themenbereich Klima offen. Die Organisation beurteilt daraufhin unter anderem unsere klimabezogene Strategie und deren Wirksamkeit auf einer Skala von der Bestnote „A“ bis „D–“. Bei der CDP-Bewertung innerhalb des „Climate Change Program“ erhielten wir 2022 die Bewertung „A“.

Scope-3-Treibhausgasemissionen Consumer¹

(in t CO₂e)

	Bereich	2018 (Basisjahr)	2020	2021	2022
Kategorie 1: eingekaufte Güter und Dienstleistungen ²	Verpackung	446.579	398.885	402.718	370.734
	Rohmaterialien	575.247	518.559	524.270	508.493
	Fertigwarenhersteller	36.945	25.945	16.557	14.232
Kategorie 4: Transport und Verteilung (vorgelagert) ³	Fertigwarentransport	135.418	130.117	130.906	129.751
	Lagerung	11.705	9.729	2.283	2.087
	Reduktion durch den Erwerb von Zertifikaten für Biokraftstoffe	–	–	–8.800	–10.600
Kategorie 6: Geschäftsreisen	Geschäftsreisen	17.046	3.693	2.677	8.982
Summe Scope-3-Emissionen ohne Berücksichtigung von Zertifikaten für Biokraftstoffe		1.222.940	1.086.927	1.079.412	1.034.279
Summe Scope-3-Emissionen unter Berücksichtigung von Zertifikaten für Biokraftstoffe		1.222.940	1.086.927	1.070.612	1.023.679

¹ Die Kategorien werden durch das GHG Protocol definiert.

² Die Emissionsdaten für Verpackungen und Rohstoffe für 2018, 2020 und 2021 wurden aufgrund aktualisierter Stammdaten und der Einbeziehung von NIVEA-KAO angepasst. Coppertone ist in diesen Zahlen nicht enthalten. Die Daten für Fertigwarenhersteller wurden auf Grundlage von Ausgaben extrapoliert, die Daten für 2021 wurden aufgrund einer Datenkorrektur angepasst.

³ Die Transportemissionen für 2018, 2020 und 2021 wurden aufgrund der Einbeziehung von NIVEA-KAO und La Prairie aktualisiert. 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 den gesamten Neutralisierungsprozess für unsere Produkte und Marken und wurde auf der Grundlage der Prinzipien und Anforderungen der international anerkannten Norm PAS 2060 entwickelt. TÜV Rheinland Energy wurde im Geschäftsjahr beauftragt, die Methodik und das Verfahren zu prüfen, um sicherzustellen, dass Beiersdorf den internationalen Standards und einem wissenschaftsbasierten Ansatz folgt.

Klimaneutralisierung besteht bei uns aus drei Schritten. Der erste Schritt lautet „Messen“: Alle THG-Emissionen werden in Übereinstimmung mit dem GHG Protocol quantifiziert. Der zweite Schritt ist „Reduzieren“. Er 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 konzentrieren uns bei unseren Aktivitäten und unseren Ressourcen hauptsächlich auf die Erreichung dieser Reduktionsziele. Der dritte Schritt heißt „Neutralisieren“. Um bereits in der Übergangsphase zur Erreichung des Netto-Null-Ziels zusätzliche CO₂-Speicherpotenziale zu erschließen, investieren wir in zertifizierte Klimaprojekte, um die verbleibenden Emissionen zu neutralisieren.

Damit wir weltweit einen Netto-Null-Zustand erreichen, müssen wir unvermeidbare Emissionen durch die Entnahme von Treibhausgasen aus der Atmosphäre ausgleichen.

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

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:

Um die Standorte klimaneutral zu betreiben haben wir uns zum Ziel gesetzt bis 2030 den Einsatz von fossilen Brennstoffen zu reduzieren. Insbesondere vor dem Hintergrund der geopolitischen Situation im Jahr 2022 und der damit einhergehenden Energiekrise haben wir uns vorgenommen, in Europa unabhängig von Erdgas zu werden. Hierfür greifen wir auf verschiedene Alternativen zurück. Einige vorübergehende Alternativlösungen - etwa dieselbetriebene Dampferzeuger, die wir in unserer Produktion installiert haben - werden genutzt, um genügend Kapazitäten sicherzustellen, wenn es zu rechtlich angeordneten Beschränkungen des Erdgasverbrauchs kommt. Diese Systeme benötigen jedoch andere fossile Brennstoffe und sind daher nicht langfristig mit unserem Bestreben nach klimaneutralen Standorten vereinbar. Daher setzt Beiersdorf vermehrt nachhaltigere Lösungen ein: Dazu gehören zwei elektrische Dampferzeuger für das bestehende Technikum an der Konzernzentrale sowie je ein Wärmepumpensystem für die Produktionswerke Argentona (Spanien) und Hamburg (Deutschland), mit deren Hilfe kaltes Wasser erzeugt wird und Gebäude geheizt werden. Durch die Wärmepumpenlösung wird der Standort in Argentona 2023 zu unserem ersten kohlenstoffneutralen Produktionswerk in Spanien und gleichzeitig zum ersten Werk von Beiersdorf, das unabhängig von jeglichen Brennstoffen ist.

Um Emissionen zu verringern, erneuern wir nicht nur unsere technischen Anlagen. Auch tragen Energiesparmaßnahmen zur Senkung des Brennstoff- und Stromverbrauchs bei - etwa indem wir Gebäude weniger stark heizen und die Beleuchtung reduzieren.

Über die Nutzung von 100 % eingekauftem Ökostrom hinaus haben wir an zwölf unserer Produktions- und Bürostandorte Fotovoltaik-Anlagen installiert, mit denen wir einen Teil unseres Strombedarfs decken. Die Anlagen haben im Berichtsjahr weltweit 3.799 MWh Strom erzeugt. Zudem unterstützt unsere 2020 ins Leben gerufene Initiative „Sustainability in Manufacturing“ die Zielerreichung in den Bereichen Klima, Abfall und Wasser bis 2025. Die Initiative bezieht alle 15 Produktionsstandorte weltweit mit ein. Das zuständige Projektteam schlüsselt 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 zur Erreichung unseres Klimaziels bei. Beim Bau eines neuen bzw. bei der Umgestaltung eines bestehenden Gebäudes betrachten wir dessen gesamten Lebenszyklus und setzen gezielt auf nachhaltige Energiekonzepte. Bei unseren Neubau- und Erweiterungsprojekten streben wir 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 Nachhaltigkeitszertifizierung angestrebt. In diesem Rahmen werden neben der Implementierung energieeffizienter Prozesse auch die Fassaden und Dächer des Gebäudes begrünt sowie Fotovoltaik-Module installiert.

Für bestehende Werke ersetzen wir ebenfalls zunehmend die fossilen Brennstoffe: Als erstes Beiersdorf Werk bezieht der Standort in Berlin seit 2022 ausschließlich Biomethan statt fossilem Erdgas. Dadurch werden die THG-Emissionen um 99 % gesenkt. Das Biogas wird in Dänemark aus organischen Abfällen erzeugt und ins europäische Gasnetz eingespeist.¹ Durch den Bezug von Biomethan anstelle von Erdgas ist die Herstellung unserer Produkte im Produktionswerk in Berlin seit dem Berichtsjahr klimaneutral. Auch unser neuer Produktionsstandort in Leipzig bezieht Biomethan anstelle von Erdgas und es wird angestrebt, das Produktionswerk als klimaneutral in Scope 1 und Scope 2 zu betreiben.

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 Lieferbetrieben 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 wir im Folgenden auflisten:

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, mehr Rezyklat in Aluminiumverpackungen zu verwenden und Aluminium mit einem geringeren CO₂-Fußabdruck zu beziehen. Mehr dazu ist im Kapitel „Kreislaufwirtschaft“ zu finden.

Aus den vorherrschenden globalen Krisen resultierten jedoch insbesondere für recyceltes Aluminium in den vorherigen Jahren Lieferengpässe. Diese Lücke möchten wir nun mit kohlenstoffarmem Aluminium schließen. Dafür befinden wir uns im Dialog mit unseren Verpackungslieferant*innen, um auch dort darauf hinzuwirken, dass mehr erneuerbare Energien in den Produktionssystemen genutzt werden.

Produktformeln

Auch unsere Produktformeln sollen umweltfreundlicher werden. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir 2021 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, zum Beispiel 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, unter anderem mit dem Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) (s. Kapitel „Nachhaltige Landnutzung“).

Fremdherstellerfirmen 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 Zulieferfirmen. Damit wir dieses Ziel erreichen, führen wir intensive Gespräche mit Lieferbetrieben und drittherstellenden Unternehmen und suchen gemeinsam nach Lösungen, um auch hier eine Umstellung auf erneuerbare

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

Energien zu erreichen. 2022 haben alle Fremdherstellerfirmen 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 für Europa und Nordamerika, wo sich unsere größten Märkte befinden. Für unsere globalen Seefrachttransporte kaufen wir seit 2021 massenbilanzierte Biokraftstoffe aus Abfallströmen über Zertifikate ein. Darüber hinaus setzen unsere Lkw-Transportdienstleister im Berichtsjahr für den Transport unserer Produkte vom „Hub Nordics“ in die skandinavischen Länder, sowie nach Frankreich und Italien Biokraftstoffe 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 Logistikdienstleister*innen 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 Logistikdienstleister*innen weiter.

Im Dialog mit Zulieferfirmen

Über verschiedene Maßnahmen treten wir mit unseren Lieferant*innen für eine nachhaltigere, gemeinsame Zukunft in den Dialog. Beispielsweise rufen wir unsere Zulieferbetriebe auf, sich ebenfalls an den Klimadaten-Abfragen der Organisation CDP zu beteiligen. Mit den offengelegten Daten kann Beiersdorf zudem eine bessere Qualität der eigenen Datenanalysen erreichen. Im Berichtsjahr haben 99 Zulieferfirmen an der CDP-Befragung teilgenommen. Da wir uns als innovativen Konzern verstehen, arbeiten wir auch mit unseren Zulieferfirmen an neuen Konzepten und Strategien. So haben wir im Berichtsjahr in einem interdisziplinären Team unter anderem aus der Beschaffung und einem Lieferanten ein Pflegeprodukt mit recyceltem CO₂ auf den Markt gebracht. Für den Inhaltsstoff wird Kohlenstoff über das sogenannte CCU-Verfahren (Carbon Capture Utilization Process) aufgefangen und zu kosmetischem Ethanol verarbeitet.

Neutralisierung verbleibender Emissionen

Neben den Bemühungen zur Reduzierung des THG-Ausstoßes in der Wertschöpfungskette investiert Beiersdorf gezielt in Klimaschutzprojekte und erwirbt freiwillige Emissionszertifikate. Mit deren Hilfe sollen langfristig natürliche Senken aufgebaut und die Anreicherung von Treibhausgasen in der Atmosphäre eingedämmt werden. Dabei wählen wir Projekte aus, die im Einklang mit dem Pariser Abkommen stehen und von international anerkannten Organisationen wie Verra oder dem Gold-Standard third-party zertifiziert sind. Außerdem konzentrieren wir uns auf Projekte, die Kohlenstoff aus der Atmosphäre speichern – beispielsweise durch Wiederaufforstung und Bodenmanagement – und gleichzeitig einen zusätzlichen Nutzen für die Biodiversität oder lokale Gemeinschaften erbringen. Mit diesen Projekten wollen wir verbleibende THG-Emissionen, die noch nicht reduziert werden konnten, von ausgewählten Produkten ausgleichen.

tesa

Managementsysteme für betrieblichen Umweltschutz

Der Unternehmensbereich tesa nutzt an sieben Standorten 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-zertifizierten 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 ISO 50001:2018 zertifiziert. Die beiden Standorte emittieren 65 % 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 der Maßnahmen überprüfen wir über die monatliche Erhebung der standortspezifischen Energieverbräuche. Unsere Scope-1- und Scope-2-Emissionen konnten wir von 2018 bis 2022 absolut um 27 % reduzieren; im Vergleich zum Vorjahr ist der Ausstoß damit um 12,8 Prozentpunkte gesunken. Pro Tonne Endprodukt konnten wir für die spezifischen Emissionen im Vergleich zu 2018 eine Reduktion von 25 % 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 Energiesparmöglichkeiten, 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-) bzw. Kraft-Wärme-Kopplung-(KWK-)Anlagen ein. Hierbei wird neben der elektrischen Energie auch die entstehende Wärme genutzt – etwa für Produktionsprozesse oder zum Heizen. Den Energieverbrauch der KWK-Anlage an der Konzernzentrale decken wir seit 2021 vollständig über Biogaszertifikate ab. Im Berichtsjahr haben außerdem die Werke in Hamburg, Offenburg und Italien anteilig Biogaszertifikate für den Betrieb von KWK-Anlagen genutzt. 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 2022 über 50 % unseres Strombedarfs über energieeffiziente KWK-Anlagen selbst produzieren.

Im Berichtszeitraum haben wir weiter am Ausbau der Stromproduktion durch Fotovoltaik gearbeitet. Die Werke haben beispielsweise Machbarkeitsstudien initiiert und konkrete Investitionen angestoßen. Für die Konzernzentrale haben wir uns für eine Fotovoltaik-Dachanlage von knapp 760 m² entschieden. Die Anlage mit einer Leistung von 260 kWp soll im ersten Halbjahr 2023 in Betrieb gehen. Weitere Anlagen in China und Offenburg sollen zeitnah folgen.

Kreislaufwirtschaft

Consumer

Unsere Produkte stehen weltweit für hohe Qualität und effektive Hautpflege. Diesem Qualitätsanspruch und den gestiegenen Nachhaltigkeitsanforderungen wollen wir gerecht werden und das Vertrauen der Verbraucher*innen in unsere Produkte wahren. Für uns umfasst dieses Vertrauen auch die Verantwortung, die Umweltverträglichkeit unserer Produkte zu optimieren und verantwortungsvoll mit Ressourcen umzugehen, um negativen Umweltauswirkungen entgegenzuwirken.

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

Für die Integration von Produktnachhaltigkeit in unsere Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ und auf Markenebene ist der Vorstand verantwortlich. Ihm ist seit August 2022 das Corporate Sustainability Team direkt unterstellt. Daneben steht unser Sustainability Council (s. Kapitel „Strategie“) in regelmäßigem Austausch mit dem Senior Management aus Marketing und Forschung & Entwicklung; er 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 Nachhaltigkeitsberatungen, 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 für bestimmte Produkte alle Umweltwirkungen von der Rohstoffbeschaffung bis zur Entsorgung aufgelistet und zusammengefasst. Anhand dieser Analyse erstellen wir eine Ökobilanz, die darstellt, welche Auswirkungen das Produkt auf die Umwelt hat und wo es 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.

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 sich Beiersdorf für die Stärkung der Kreislaufwirtschaft ein: Die Kreislauffähigkeit unserer Verpackungen und Inhaltsstoffe ist für uns von zentraler Bedeutung.

Unsere Verpackungen bestehen aufgrund des geringen Gewichts, der hohen Stabilität und der gleichzeitigen Flexibilität zu großem Teil aus Kunststoffen. Somit nutzen wir Materialien, die meist auf der endlichen Ressource Erdöl basieren und vielfach nicht recycelt werden. Wir arbeiten intensiv daran, unsere Kunststoffverpackungen nach den Nachhaltigkeitsprinzipien „Vermeiden, Reduzieren, Wiederverwenden und Recyceln“ zu optimieren und so unseren Beitrag zur Kreislaufwirtschaft zu leisten. Damit unsere Maßnahmen messbar sind, haben wir uns im Bereich Verpackungen folgende globale Ziele bis 2025 gesetzt:

- Im Vergleich zu 2019 möchten wir 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.

2022 sind wir auf dem Weg zu unseren Zielen wie folgt vorangekommen:

- 15 % Reduktion von erdölbasiertem Neuplastik in unseren Verpackungen (2021: 9 %).
- 10 % Rezyklat in unseren Kunststoffverpackungen (2021: 7 %).

Unser drittes Ziel, die Recyclingfähigkeit, bezieht sich auf das Ende des Verpackungslebenszyklus. Um unsere Fortschritte hinsichtlich der Recyclingfähigkeit messbar zu machen, führten wir 2021 eine neue Methodik gemäß den Prinzipien der Ellen MacArthur Foundation ein.¹ Im Jahr 2021 wurde die Recyclingfähigkeit auf Basis des Kunststoffflaschengewichts berechnet.

¹ Nach Definition der Ellen MacArthur Foundation (EMA) sind Verpackungen oder Verpackungskomponenten recycelbar, wenn ihre erfolgreiche Sammlung, Sortierung und Wiederverwertung nachweislich in der Praxis und im großen Maßstab global erfolgt.

Wie in 2021 angekündigt, führten wir im Berichtsjahr mit „Design for Recycling“ eine weitere Kenngröße ein, nach der eine Verpackung von Beginn an in mindestens einem Land recycelbar sein muss, auch wenn dies in der heutigen Infrastruktur noch nicht global möglich ist. Damit erfüllen alle Verpackungen, die heute schon global recycelbar sind, gleichzeitig auch die Kriterien für Design for Recycling.

Beide Ziele, Design for Recycling und globale Recycelbarkeit, werden für das Berichtsjahr 2022 nicht nur auf Kunststoffverpackungen, sondern auf alle eingesetzten Verpackungsarten und Materialien (Kunststoff, Metall, Glas und Papier) ausgeweitet.

Die globale Recyclingfähigkeit und das Design for Recycling werden auf Basis der Methodik einer unabhängigen Zertifizierungsstelle digital bewertet. Anschließend rechnen wir die Ergebnisse der individuellen Analysen einzelner Verpackungen auf das Gesamtportfolio hoch.

So waren im Berichtsjahr

- 80 % aller Verpackungen recyclingfähig gestaltet („designed for recycling“).

Zudem entspricht folgender Anteil den Anforderungen an globale Recyclingfähigkeit:

- 67 % aller Verpackungen galten als global recycelbar.

Umweltfreundliche Produktformeln

Um die Kreislauffähigkeit unserer Produktformeln zu optimieren, haben wir uns Ziele gesetzt, sowohl hinsichtlich des Verzichts auf Mikroplastik gemäß der Definition des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP)² als auch für den Einsatz von biologisch abbaubaren Polymeren. Um unseren Fortschritt präziser und schneller zu verfolgen, wurde im Berichtsjahr ein umfassendes IT-Infrastrukturprojekt initiiert. Im Ergebnis können fortan Daten auf einer neuen Benutzeroberfläche zusammengeführt werden, die in der Vergangenheit manuell verknüpft wurden. Aufgrund der historischen Verfügbarkeit der Daten führen diese Veränderungen zu einer Anpassung des Basisjahres für das Ziel der nicht biologisch abbaubaren Polymere.

So möchten wir die Produktion von kosmetischen Produkten der Marke Eucerin, die Mikroplastik enthalten, bis Ende 2023 einstellen, indem wir entsprechende Rezepturen umformulieren.

Deshalb berichten wir über Kenngrößen, die die Umweltauswirkung beziffern und den Transformationsstatus unserer Produktformeln widerspiegeln. Für das Jahr 2022 können wir hierbei den folgenden Fortschritt berichten:

- Bezogen auf das Rohstoffvolumen haben wir den Einsatz von Mikroplastik zwischen 2018 und 2022 um 76 % verringert.
- Am Ende des Berichtsjahres verblieben noch elf Rezepturen von Eucerin, die Mikroplastik enthalten. Diese werden aktuell überarbeitet und sollen bis Ende 2023 ebenfalls mikroplastikfrei sein.

Für die Marke NIVEA wurde der Produktionsstopp für mikroplastikhaltige Kosmetika bereits mit Ende des Berichtsjahres 2021 erfolgreich umgesetzt.

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

² 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.

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 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 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. Im Rahmen unserer kontinuierlichen individuellen Rohstoffbewertung konnten im Berichtsjahr für zahlreiche Polymere neue Nachweise erbracht werden, die deren biologische Abbaubarkeit bestätigen. Solche Rohstoffe wurden daher von der Berechnung der Zielerreichung ausgenommen. Darüber hinaus führt unsere Bewertung auch zu einer differenzierteren Betrachtung der Silikone Dimethicone und Cyclomethicone. Da deren Zuordnung zu den nicht biologisch abbaubaren Polymeren derzeit noch wissenschaftlich umstritten ist, werden sie für das Berichtsjahr separat ausgewiesen.

Die Verwendung nicht biologisch abbaubarer Polymere konnten wir in unseren europäischen Produktformeln im Vergleich zum Jahr 2018 bereits um 63 % senken. Damit reduzierten wir den Anteil verglichen mit dem Vorjahr um weitere 12 Prozentpunkte. Den Einsatz von Cyclo- und Dimethiconen konnten wir im Vergleich zum Jahr 2018 um 23 % reduzieren.

Darüber hinaus ist es unser Ziel, den Einsatz von Rohstoffen aus nicht fossilen, erneuerbaren Materialien zu erhöhen und gleichzeitig eine nachhaltigere Beschaffung zu ermöglichen. Somit wollen wir negative Umweltauswirkungen durch eine erhöhte Nachfrage nach bestimmten Rohstoffen verhindern (s. Kapitel „Nachhaltige Landnutzung“).

Partnerschaften im Bereich Produktnachhaltigkeit

Um die Menge an klimaschädlichem CO₂ in unserer Atmosphäre zu reduzieren, gehen wir neue Wege: NIVEA MEN verwendet in der neuen Feuchtigkeitspflege „Climate Care“ Ethanol, der von der Firma Lanzatech aus recyceltem CO₂ gewonnen wird. In dem Verwertungsverfahren „Carbon Capture Utilization“ wird Kohlenstoff zunächst gesammelt und in einen Bioreaktor abgeleitet. Danach wird er fermentiert, anschließend zu kosmetischem Ethanol aufbereitet und letztlich in den Pflegeprodukten verarbeitet.

Anfang des Jahres 2022 ist Beiersdorf dem EcoBeauty Score Consortium beigetreten. Ziel dieser Initiative aus mehr als 60 Kosmetik- und Körperpflegeunternehmen sowie -verbänden ist es, einen leicht verständlichen, global geltenden Standard zu schaffen, der einen nachhaltigeren Konsum von Kosmetik- und Hautpflegeprodukten fördert. Über ein Punktesystem sollen die Umweltauswirkungen verschiedener Produkte einheitlich erfasst und transparent an Verbraucher*innen kommuniziert werden – sodass diese unmittelbar erkennen, ob und inwiefern Produkte ökologisch nachhaltig sind. Der Score soll Aspekte wie die Verpackung, die Zusammensetzung der Formel und Umweltauswirkungen während der Nutzungsphase berücksichtigen.

Darüber hinaus sind wir Unterstützer der Ellen MacArthur Foundation (EMA). Die EMA engagiert sich dafür, die Transformation zur globalen Kreislaufwirtschaft zu beschleunigen und eine regenerative und restaurative Wirtschaft aufzubauen. Dabei arbeitet sie mit Unternehmen, Wissenschaft, Politik

und Institutionen zusammen. Im Netzwerk der Foundation tauschen wir uns aus und entwickeln gemeinsam neue Ideen.

Um auch über den Einfluss der direkten Geschäftstätigkeit hinaus neue Ideen im Bereich Kreislaufwirtschaft zu unterstützen, ist Beiersdorf Gründungsinvestor des Emerald Technology Ventures Fund. Über den Fonds soll die Entwicklung fortschrittlicher Materialien und industrieller Technologien vorangetrieben werden, um Verpackungen über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg nachhaltiger zu gestalten. Die Risikokapitalgesellschaft Emerald Technology Ventures bringt dafür Start-ups mit erfahrenen Konzernen zusammen.

Daneben investieren wir in den Venture Capital Fund „Revent“. Der Fonds unterstützt europaweite Start-ups in ihren Frühphasen, die mittels Technologie einen systemischen Wandel vorantreiben wollen - vor allem in den Bereichen Klima, Lebensmitteltechnologie, Gesundheit und wirtschaftliches Empowerment.

Produktnachhaltigkeit

tesa

Innovative Lösungen für mehr Nachhaltigkeit

Mit innovativen Produktlösungen wollen wir unseren Kund*innen technologischen Fortschritt bieten und zugleich einen aktiven Beitrag zu Nachhaltigkeit leisten. Dazu setzen wir bei unseren Produkten und Verpackungen vermehrt recycelte und nachwachsende Rohstoffe ein. Unser Ziel bis 2030 ist es, dass 70 % der Materialien für unsere Produkte und Verpackungen aus recycelten oder biobasierten Stoffen bestehen. Neben der Produktentwicklung umfasst unser Verständnis von Produktnachhaltigkeit 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 zu Nachhaltigkeit bewerten. Im Berichtsjahr haben wir die Bewertungsmethodik überarbeitet und an die strategischen Handlungsfelder unserer Nachhaltigkeitsstrategie angepasst. Alle neuen Entwicklungsprojekte müssen das Assessment durchlaufen. Die Ergebnisse nutzen wir, um unser Entwicklungsportfolio weiter zu steuern.

Schon seit dem Jahr 2010 bieten wir unter der Submarke tesa ecoLogo unter anderem Kleberoller, Klebefilme, Packbänder, Klebestifte und Korrekturroller an, die aus überwiegend recycelten oder bio-basierten Materialien hergestellt werden; auch die hierbei verwendeten Verpackungen sind überwiegend recycelt. Für dieses Sortiment wird bei der Herstellung zudem vollständig auf Lösungsmittel verzichtet.

Den gesamten Lebenszyklus im Blick

Zu den zentralen Ideen der Kreislaufwirtschaft gehören ein reduzierter Materialeinsatz, eine vermehrte Wiederverwendung 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.

Darüber hinaus analysieren wir derzeit insbesondere, welchen CO₂-Fußabdruck unsere Produkte hinterlassen. Dafür haben wir im Berichtszeitraum eine Datenbank aufgebaut, in der alle wesentlichen Rohstoffe und Verpackungen mit primären oder sekundären Emissionsfaktoren verknüpft werden. Wir stehen auch mit unseren Zulieferbetrieben im Austausch, um durch Primärdaten die Genauigkeit

unserer Berechnungen zu verbessern. Die zusammengetragenen Daten verwenden wir vor allem zur internen Steuerung und Bilanzierung.

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 weitergehenden 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 unsere Kund*innen beim effizienten Wirtschaften unterstützen und nachhaltige Technologien vorantreiben. So können unsere Klebelösungen helfen, Ressourcen und Energie einzusparen, sowie ermöglichen, dass Produkte repariert oder wiederverwertet werden. Auf diese Weise können unsere Kund*innen ihr Abfallaufkommen reduzieren und Treibhausgasemissionen sparen.

Papierprodukte mit nachhaltigem Beitrag

Da wir für unsere Produkte und deren Verpackungen große Mengen an Papier verwenden, achten wir auch hier auf Nachhaltigkeit und beziehen verstärkt Papier, das nach den Kriterien des Forest Stewardship Council® (FSC® C148769) zertifiziert ist. Die tesa SE wurde 2019 FSC®-zertifiziert und durchlief ihr jährliches Überwachungs-Audit im Jahr 2022 mit Erfolg. Auch unsere Produktionswerke in Offenburg, Suzhou, Concagno und Hamburg sind FSC®-zertifiziert. Im Berichtsjahr haben wir außerdem neue Produkte mit eigener Zertifizierung auf den Markt gebracht, etwa das Papierklebeband tesapack® PAPER ULTRA-STRONG ecoLogo®. Für die Zukunft streben wir weitere Standort-Zertifizierungen an und wollen vermehrt FSC®-zertifizierte Produkte entwickeln.

Optimierte Verpackungen

Wir wollen Verpackungen über das Maß üblicher Optimierungen hinaus nachhaltiger gestalten. Das größte Potenzial zeigt sich derzeit bei Papier und Plastik. Bis 2025 wollen wir bei unseren Verpackungen 50 % weniger nicht recyceltes fossiles Plastik einsetzen (im Vergleich zu 2018). Im Jahr 2022 haben wir bereits Fortschritte verzeichnet: Wir stellten alle Blisterhauben in unserem Werk in Offenburg von nicht recyceltem PET auf recyceltes PET (PCR-PET, Post Consumer Recycled) um. Zudem wurde die Foliendicke reduziert und damit 20 % Material eingespart. Bei faserbasierten Verpackungsmaterialien wie Papier und Kartonage wollen wir bis 2025 eine Quote von 80 % FSC®-Zertifizierungen erreichen.

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 lautet daher, unsere wichtigsten erneuerbaren Rohstoffe wie Palm(kern)öl-Derivate, Soja und Papier bis 2025 aus nachhaltigeren Quellen zu beziehen. Diese Hauptrohstoffe sollen bis 2025 außerdem entwaldungsfrei beschafft werden. Aus diesem Grund ist das Thema „nachhaltige Landnutzung“ als Fokusfeld ein fester Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsagenda. Für palmbasierte Rohstoffe und papierbasierte Verpackungen verfügen wir seit vielen Jahren über Nachhaltigkeitsprogramme. Ähnliche Programme für Soja 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 der Sustainability Council regelmäßig über Fortschritte informiert und in Strategieworkshops mit einbezogen. Dieser Input ist wichtig, damit wir unsere Programme kontinuierlich weiterentwickeln und die Erreichung unserer Ziele überprüfen können.

Palm(kern)öl-Derivate

Palm(kern)öl-Derivate sind ein wichtiger Rohstoff für unsere Kosmetik- und Körperpflegeprodukte; dabei handelt es sich um weiterverarbeitete Substanzen auf der Basis von Palm(kern)öl. Aus diesem sowie anderem pflanzlichen oder mineralischen Öl und entsprechenden Derivaten werden essenzielle Inhaltsstoffe wie Emulgatoren und Tenside gewonnen. Für die Produktion bezieht Beiersdorf das Öl der Ölpalme nicht direkt, sondern setzt dessen Derivate ein. Unser Gesamtbedarf an Palm(kern)öl-Derivaten lag 2022 bei rund 35.000 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 Flächenertrag.¹ Das macht den Anbau von Palmöl attraktiv, führt jedoch gleichzeitig meist zur Rodung von Regenwäldern. Unser Anliegen ist es, diese Entwaldung weltweit zu vermeiden.

Durch Zertifizierung, Transparenz und langfristige Veränderung wollen wir die ökologischen und sozialen Risiken entlang der Lieferkette von palm(kern)ölbasierten Rohstoffen identifizieren und minimieren. Mit unserer „Palm Sustainability Roadmap“ und unserer „Sustainable Palm Policy“ setzen wir uns bei unseren Aktivitäten weltweit für eine nachhaltigere 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 palmbasierte Rohstoffe aus nachhaltigen Quellen nach dem „Mass Balance“-Modell des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) in unseren Produkten ein.

Gemäß diesem Modell können Produkte zertifiziert werden, in denen sowohl RSPO-zertifiziertes als auch nicht zertifiziertes Palmöl enthalten sind. 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)ölbasierten Derivaten relevant, da die Derivate-Lieferketten vielstufig und somit höchst komplex sind. Daher gibt es keine Infrastruktur für eine „RSPO Segregated“-Lieferkette, also eine Lieferkette, in der RSPO-zertifizierte und nicht zertifizierte Derivate getrennt gehandelt werden.

Wir verfolgen das Ziel, unsere Palm(kern)öl-Derivate bis 2025 entwaldungsfrei zu beschaffen.

Transparenz in der Lieferkette

Die Lieferkette von Derivaten umfasst eine Vielzahl verschiedener Parteien. Wir beziehen Palm(kern)öl nicht direkt, sondern erhalten dessen Derivate von Zulieferbetrieben. Daher haben wir nur einen begrenzten Einfluss auf die vorgelagerte Lieferkette.

Dennoch wollen wir die Herkunft unserer Rohstoffe bis auf die Ebene von Raffinerien, Mühlen und Plantagen zurückverfolgen können. Deshalb sind wir Gründungsmitglied der seit 2019 bestehenden

¹ FONAP www.forumpalmoel.org/home.

² Inklusive La Prairie und STOP THE WATER WHILE USING ME!

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 unter anderem Informationen zu deren vorgelagerter Lieferkette und Palmöl-Volumina ab. So arbeitet sich ASD durch die gesamte Palmöl-Lieferkette vor. 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 Veränderung 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 erleichtern kann.

Seit Mitte 2018 arbeiten wir beispielsweise mit dem World Wide Fund for Nature (WWF) an einem Projekt in West-Kalimantan, Indonesien. Wir unterstützen insgesamt drei Dörfer mit einer Bevölkerung von rund 4.500 Einwohner*innen, inklusive 240 Kleinbäuer*innen. Im Berichtsjahr 2022 haben wir die erste Phase abgeschlossen und das Projekt um weitere vier Jahre verlängert. Im nächsten Schritt sollen die kleinbäuerlichen Betriebe bis 2026 gemäß RSPO-Standard zertifiziert werden.

Seit 2020 setzen wir – ebenfalls zusammen mit dem WWF und unserem Lieferanten Evonik – ein Landschaftsprojekt im malaysischen Sabah um. 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 unterstützen wir ein Projekt des Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP) in Sumatra, Indonesien.

Shea

Auch Sheabutter ist ein wichtiger Bestandteil in vielen unserer Produkte. Beiersdorf ist daher seit 2019 Mitglied der Global Shea Alliance (GSA). Mit der GSA und unseren Shea-Zulieferbetrieben arbeiten wir in den teils sehr armen ländlichen Regionen des sogenannten Shea Belts – dem Hauptanbaugebiet in Afrika – zusammen. Dort wollen wir über fünf Jahre hinweg insgesamt 10.000 Shea-Sammlerinnen unterstützen. Wir fördern sie beispielsweise in Ghana und Burkina Faso und schulen sie in den Bereichen Gesundheit, Arbeitssicherheit, Produktqualität und wirtschaftliches Know-how. Bisher haben über 4.000 Frauen an den Schulungen teilgenommen. Dabei erfahren die Shea-Sammlerinnen etwa, wie man energieeffizientere Kochherde aus lokalen Materialien wie Termitensand baut, um die Sheakerne vorzubehandeln. Diese wirtschaftlicheren Herde können sie auch privat verwenden. Bisher nutzen die Frauen meist einfache, mit Brennholz betriebene Drei-Steine-Öfen, die zweieinhalbmal weniger effizient sind. Die neuen Herde können den Brennholzbedarf und die damit verbundenen Emissionen reduzieren.

Darüber hinaus wollen wir bis 2024 vor Ort 10.000 Sheabäume 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 2018 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. Dieses

Ziel wurde teilweise erreicht, etwa für Primärpackmittel: Wir beziehen seit Ende 2020 sowohl 100 % unserer Faltschachteln, die wir beispielsweise als Umverpackung von Gesichtscremes einsetzen, als auch alle eingesetzten Blisterkarten – etwa die Pappverpackungsteile für Lippenpflegestifte – und alle beigegepackten Infozettel aus FSC®-zertifiziertem Material. Für weitere Papierverpackungen wie Versandkartons und andere Verkaufsmaterialien konnten wir das Ziel bis Ende 2020 nicht in allen Regionen erreichen; hier arbeiten wir weiterhin intensiv daran, auf FSC®-zertifiziertes oder recyceltes Papier umzustellen.

Ressourceneffizienz

tesa

Wir legen großen Wert auf einen effizienten Umgang mit Ressourcen. Wir fördern die Kreislaufwirtschaft und wollen 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 daran, bei allen Beteiligten ein Bewusstsein für die Vermeidung von unnötigen Abfällen und für fachgerechtes Recycling zu schaffen.

Maßnahmen für mehr Ressourceneffizienz sind fester Bestandteil unseres betrieblichen Umweltschutzes. Darüber hinaus entwickeln wir unsere Umweltmanagementsysteme weiter und tauschen uns zu diesem Zweck mit externen Expert*innen aus.

Vermeidung und Wiederverwertung

Beim Management unserer Abfall- und Rohstoffe orientieren wir uns an der Abfallpyramide: Oberste Priorität haben 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 Produktionsabfälle mehr über Deponien zu entsorgen („zero waste to landfill“). Für sechs von sieben Werken haben wir diesen Status schon erreicht.

Um Materialien effizient zu nutzen und möglichst wiederzuverwerten, arbeiten unsere Werke daran, produktionsbedingte Rohstoffverluste zu minimieren. Das gilt ebenso für die Klebmassenherstellung wie für das Beschichten und Schneiden. Unter anderem wollen wir Anlagen, in denen Lösemittel eingesetzt werden, bis 2030 technisch aufrüsten. Ziel ist es, die Lösemittel am Ende des Prozesses vollständig zurückzugewinnen – und somit im Kreislauf zu halten.

Durch laufende Verbesserungen des Maschinenparks und der Fertigungsprozesse reduzieren wir darüber hinaus unsere Abfallmengen: Im Berichtszeitraum haben wir beispielsweise am Standort in Hamburg einen neuen Recyclingprozess für Trennpapier eingeführt. Dadurch können wir jährlich rund 15 Tonnen Trägermaterial wiederverwerten. 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 dem jährlichen tesa Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Ungefährliche Abfälle und gefährliche, lösemittelhaltige Abfälle werden von tesa nahezu vollständig verwertet.

Aktive Einbindung der Mitarbeitenden

Um weitere abfallsparende Maßnahmen zu entwickeln, nutzen wir das Know-how unserer Mitarbeitenden. Deshalb haben wir auch 2022 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.

In diesem Zuge finden regelmäßig abteilungsinterne und -übergreifende Projektbesprechungen statt. 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 2022 15 Projekte zur Ressourceneffizienz umgesetzt werden. Diese Projekte führten zu Einsparungen von 286.000 Euro.

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. Unser Anspruch ist es, den Wasserverbrauch und das Abwasseraufkommen in allen Unternehmensbereichen und Prozessen sowie entlang unserer Lieferketten so gering wie möglich zu halten.

Wasserrisiken managen

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

Der Unternehmensbereich Consumer arbeitet mit dem „Water Risk Filter“ des WWF, um die in seiner Geschäftstätigkeit vorherrschenden Wasserrisiken zu untersuchen, zu bewerten und darauf zu reagieren. Für noch ausführlichere Analysen befinden wir uns im Dialog mit dem WWF. Darüber hinaus erachten wir es als wichtig, nicht nur in unseren direkten Tätigkeitsbereichen, sondern in der gesamten Wertschöpfungskette verantwortungsvoll mit Wasser umzugehen. So hat Beiersdorf eine Rohstoffrisikoanalyse für Palmöl, Soja und Kokosnuss durchgeführt, um die Rolle von Wasserrisiken bei der Beschaffung der wichtigsten Inhaltsstoffe zu verstehen.

Im Rahmen des „Water Security Program“ von CDP legen die Unternehmensbereiche Consumer und tesa jährlich Informationen zum Wassermanagement offen. Consumer erhielt für die Angaben im Water-Security-Fragebogen im Berichtsjahr eine „A“-Bewertung und tesa eine „C“-Bewertung, je auf einer Skala von A bis D. Wir möchten auch im kommenden Jahr verstärkt daran arbeiten, diese Bewertungen weiter zu verbessern bzw. zu halten.

Consumer

Im Unternehmensbereich Consumer wird Wasser auf vielfältige Weise genutzt: Es ist für die Herstellung unserer Produkte nötig und wesentlicher Bestandteil unserer Produktformeln. Außerdem wird Wasser 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.

Unser eigener Wasserverbrauch entsteht vorwiegend an unseren Produktionsstandorten. Beiersdorf hat sich vorgenommen, den Wasserverbrauch in den Produktionsprozessen kontinuierlich zu minimieren. Bis 2025 wollen wir den Verbrauch/die Wasserentnahme pro hergestelltem Produkt um 25 % reduzieren (im Vergleich zu 2018). In jedem Werk gibt es Fachleute, die konkrete Maßnahmen unserer globalen Ambition zur Reduzierung des Wasserverbrauchs umsetzen. Unsere Initiative „Sustainability In Manufacturing“ (SIM) treibt dies voran und übernimmt die Koordination in den einzelnen Werken. Sie verfolgt dabei einen Bottom-up-Ansatz. Die Fortschritte werden überwacht und dem Sustainability Council vierteljährlich gemeldet. So wollen wir sicherstellen, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Im Jahr 2022 blieb der Wasserverbrauch pro hergestelltem Produkt auf dem gleichen Niveau wie 2018 (Basisjahr). Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies eine Reduzierung um 8 %.

Zudem wollen wir noch einen Schritt weiter gehen und das Thema Wasser aus einer ganzheitlichen Perspektive betrachten. Hierfür kooperieren wir mit dem WWF im Rahmen einer langfristigen strategischen Partnerschaft, um das Wassermanagement innerhalb unseres Unternehmens und unserer Wertschöpfungskette zu stärken.

Nachhaltiges Wassermanagement durch moderne Produktionsprozesse

Die Bedeutung eines nachhaltigen Wassermanagements fließt auch in die Planungen zur Erweiterung unserer Produktionsstandorte mit ein: Mit unserer globalen SIM-Initiative 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 neuartige Technologien. Entstehende Abwässer werden – meist über werkseigene Reinigungsanlagen – 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 (siehe Kapitel „Klimaschutz“) 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 in den Bereichen Wasserverbrauch und Abwasserreinigung.

Neue Wasser-Roadmap

2022 hat der Unternehmensbereich Consumer eine neue Roadmap für sein Wassermanagement erarbeitet. Die Umsetzung der entsprechenden globalen Ziele und Maßnahmen in den einzelnen Produktionszentren verantwortet die SIM-Initiative. Die Wasser-Roadmap beruht auf vier Säulen, in denen wir 2022 bereits folgende Maßnahmen umgesetzt bzw. gestartet haben:

1. Kontinuierliche Verbesserung und bestmögliche operative Leistungen

Über die Beiersdorf „Global Water & Cleaning Community“ tauschen sich die Wasserexpert*innen in den Produktionswerken zu bewährten Praktiken aus und können voneinander lernen. Außerdem haben sie die Möglichkeit, Fortschritte mit dem SIM-Team zu besprechen. Wir suchen und erproben neue (digitale) Techniken, um den Wasserverbrauch bei Reinigungsprozessen zu reduzieren; unterstützend dienen hierbei Fachinstitute sowie Testanlagen in unseren Fabriken, in denen neuartige Ansätze geprüft werden.

2. Prozessoptimierung

Wir überprüfen regelmäßig mithilfe interner und externer Expert*innen, ob unsere Anlagen dem neuesten Standard entsprechen und wie wir Prozesse optimieren können. Dabei legen wir einen Fokus auf Kläranlagen, Wasseraufbereitungsanlagen und Reinigungsvorgänge. Daneben ziehen wir externes Fachwissen für Schulungen und Betriebsoptimierungen hinzu. Wir hinterfragen zudem stets unsere eigenen Standards und Vorgaben und haben zum Beispiel unsere Vorgaben für die Wasserqualität überarbeitet, um Verluste bei der Wasseraufbereitung (etwa bei der Enthärtung von Wasser) zu reduzieren.

3. Neue Technologien zur Wasseraufbereitung

Daneben führen wir neue Technologien zur Wasseraufbereitung ein, etwa über Umkehrosmose mit hoher Rückgewinnung. Wir testen derzeit in unserem Werk in Indien ein Programm mit verbesserter Reinigungstechnik; diese birgt das Potenzial, bis zu 28 % Wasser einzusparen.

4. Erforschung von zirkulärem Wassermanagement

Wir führen derzeit eine Untersuchung durch, um die Wassersysteme in unseren Werken im Einklang mit dem Kreislaufprinzip umzuwandeln und damit die Rückgewinnung und Wiederverwendung von Wasser in Produktionszentren zu maximieren. Erste Hochrechnungen zeigen: Das Einsparpotenzial beträgt je nach Standort und Messgrößen bis zu 70 %.

Unsere Wasser-Roadmap ist ein Beispiel dafür, wie wir in unseren Fabriken nach Möglichkeiten zur Innovation und Implementierung moderner Technologien suchen, die die übergreifenden Auswirkungen auf unsere Umwelt verringern können.

tesa

Richtlinien und Präventivmaßnahmen

Wir setzen uns für eine effiziente Wassernutzung ein, achten auf die Schonung von Wasserressourcen und auf eine angemessene Abwasseraufbereitung. An unseren Produktionsstandorten erheben wir jährlich Daten, etwa zu Wasserverbrauch und 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 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.

Arbeitnehmer*innenbelange

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, integratives 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 Flexibilität und 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“.

Arbeitgeberattraktivität

Wir wollen für unsere Mitarbeitenden ein attraktiver Arbeitgeber 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“.

Diversität und Inklusion

Wir sind davon überzeugt, dass Vielfalt in der Belegschaft unsere Teamarbeit enorm bereichert. Denn unterschiedliche Perspektiven und Erfahrungen stärken nicht nur unsere Innovationskraft, sie fördern auch unsere Wettbewerbsfähigkeit, machen uns kreativer und tragen dazu bei, dass wir die Bedürfnisse unserer Konsument*innen besser verstehen und berücksichtigen. Diversity & Inclusion (D&I) werden daher nicht nur gezielt gefördert, sie sind auch zentraler Teil unserer Unternehmensstrategie.

Die im Jahr 2021 formulierte und in dem Berichtsjahr weiterentwickelte globale „D&I Roadmap“ unterstützt uns dabei, eine Kultur zu schaffen, die auf Vielfalt und Inklusion beruht. Sie umfasst verschiedene strategische Prioritäten, die im zusammengefassten Lagebericht im Kapitel „Menschen bei Beiersdorf“ 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

Aus- und Weiterbildung

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 tragen vielfältige Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten dazu bei, dass Potenzialträger*innen gerne und langfristig bei uns arbeiten.

Der tesa Konzern bietet in den Produktionsstätten in Hamburg-Hausbruch und Offenburg eine eigenständige Ausbildung an; außerdem planen wir für die Unternehmenszentrale der tesa SE ab 2023 ebenfalls ein solches Ausbildungsprogramm. Die Schwerpunkte liegen im technischen Bereich, zum Beispiel wird ausgebildet als Chemikant*in, Elektroniker*in für Betriebstechnik, Industriemechaniker*in, Maschinen- und Anlagenführer*in sowie Mechatroniker*in. Daneben gibt es duale Studiengänge und kaufmännische Berufsausbildungen, etwa in den Bereichen Kunststoff- und Elastomertechnik, Elektrotechnik und Fachinformatik für Systemintegration.

Wir streben an, unsere Auszubildenden langfristig zu übernehmen. Dies spiegeln auch unsere Übernahmequoten wider: 2022 haben wir in Hamburg-Hausbruch 79 % der Ausgelernten übernommen, in Offenburg waren es 54 %.

Um das Potenzial unserer Mitarbeitenden zu identifizieren und auszuschöpfen, bieten wir ihnen vielseitige fachliche wie persönliche Entwicklungsmöglichkeiten. Unsere Programme sind zielgruppen- und kompetenzorientiert und beinhalten beispielsweise Basisqualifizierungen für neue Beschäftigte. Alle Mitarbeitenden können sich über Präsenzs Schulungen und in Onlinetrainings weiterbilden, zum Beispiel zu Compliance, Arbeitssicherheit, Vertrieb sowie Management und Führung. Seit Beginn der COVID-19-Pandemie haben wir die Zahl der Onlinekurse ausgebaut, um unseren Mitarbeitenden auch im Homeoffice diverse Optionen bereitzustellen. Darüber hinaus ergänzen Angebote der digitalen Lernplattform LinkedIn Learning unsere eigenen Programme.

Diversität und Chancengleichheit

Unterschiedliche Perspektiven helfen uns, die Bedürfnisse der Kund*innen besser zu verstehen, und erhöhen zugleich den Innovationsgeist von tesa. Daher setzen wir uns für mehr Diversität und Chancengleichheit ein.

Bei der Besetzung neuer Stellen legen wir Wert darauf, Kolleg*innen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen einzustellen. Die Quote der Beschäftigten mit einer nicht deutschen Staatsangehörigkeit stieg zwischen Dezember 2020 und Dezember 2022 um 3,2 Prozentpunkte auf 8,7 %. Diesen Trend wollen wir festigen und schreiben beispielsweise alle außertariflichen Stellen für bestimmte höhere Funktionen ausschließlich auf Englisch aus.

In den nächsten Jahren wollen wir uns noch stärker für die Gleichberechtigung der Geschlechter innerhalb der Belegschaft und in Führungspositionen einsetzen. Als Zielwert haben wir uns vorgenommen, in der tesa SE bis Mitte 2027 30 % der ersten Ebene unterhalb des Vorstands sowie 35 % der zweiten Ebene mit Frauen zu besetzen.

Attraktives Arbeitsumfeld

Eine ansprechende Umgebung kann zum Wohlbefinden der Beschäftigten beitragen. Deshalb statten wir unsere Arbeitsplätze ergonomisch und zeitgemäß aus, beispielsweise mit höhenverstellbaren Schreibtischen und modernen Beleuchtungs- und Belüftungskonzepten. Daneben bieten wir den Mitarbeitenden an unserer Unternehmenszentrale in Norderstedt ein Gesundheitsmanagement. Das Gesundheitsmanagement umfasst Angebote wie Ergonomieberatung, Darmkrebsvorsorge, ein Fitnessstudio sowie Massagen. Auch eine betriebsärztliche Betreuung sowie interne und externe psychosoziale Beratung und Betreuung gehören zum Gesundheitsmanagement.

Darüber hinaus können unsere Beschäftigten in unserer Unternehmenszentrale in Norderstedt unter anderem einen Reinigungsservice wahrnehmen, regelmäßig Marktstände zur Versorgung mit regionalem Obst und Gemüse besuchen sowie verschiedene Mobilitätskonzepte nutzen. Zum Beispiel haben sie die Möglichkeit, E-Autos und E-Bikes an einer Ladestation mit Strom zu versorgen und Leihfahräder der Hamburger Initiative „Stadtrad“ an einer Station auf dem Gelände zu parken. Außerdem können die Beschäftigten Fahrräder über ein bezuschusstes Programm leasen.

Arbeitssicherheit und Gesundheit

Für die Sicherheit am Arbeitsplatz und die Gesundheit unserer Mitarbeitenden trägt Beiersdorf eine große Verantwortung. Deshalb sehen wir die beiden Themen als eine ganzheitliche präventive Managementaufgabe. Es ist unser strategisches Ziel, die Zahl der Arbeitsunfälle auf null zu senken und sowohl arbeitsbedingte Erkrankungen als auch körperliche und psychische Fehlbeanspruchungen bei der Arbeit zu vermeiden. Wir überprüfen regelmäßig, ob wir die Arbeitsplätze in unserem Unternehmen noch sicherer und gesünder machen können.

Mit der „Accident Frequency Rate“ (AFR) dokumentieren wir alle Arbeitsunfälle, die zu mindestens einem Ausfalltag geführt haben. Im Bereich Consumer ist unsere Unfallhäufigkeitsrate im Jahr 2022

auf 0,5 Unfälle pro Million Arbeitsstunden gesunken. Dies bedeutet eine Reduktion der AFR um 45 % im Vergleich zum Vorjahr. Wir freuen uns besonders darüber, dass 73 % unserer Fabriken im Jahr 2022 unfallfrei waren. Bei tesa lag die AFR der dokumentierten Unfälle mit mindestens einem Ausfalltag bei den nach ISO 14001 zertifizierten Standorten im Berichtsjahr bei 3,6 pro Million Arbeitsstunden weltweit (2021: 4,1).

COVID-19-Pandemie

Die nach wie vor mit der COVID-19-Pandemie verbundenen Risiken für unsere Mitarbeitenden sind in unser Sicherheits- und Gesundheitsmanagement integriert. Unsere lokalen Teams kümmern sich weiterhin darum, die Situation zu überwachen, die lokale Gesetzgebung einzuhalten und die Schutzmaßnahmen anzupassen, wann immer dies erforderlich ist.

Consumer

Angetrieben von unserem Unternehmenszweck „Care Beyond Skin“ und geleitet von unseren Grundwerten setzen wir uns dafür ein, mögliche Sicherheitsrisiken und -vorfälle zu reduzieren. Unsere Abteilung für globale Sicherheit ist für das Management der Sicherheit am Arbeitsplatz zuständig. Dabei zählen wir außerdem auf die Mitwirkung aller Mitarbeitenden an unseren Standorten.

Unsere Strategie für Sicherheit und Gesundheitsschutz gilt weltweit. Sie enthält die wichtigsten Maßnahmen und Programme, auf die wir uns derzeit konzentrieren, und dient unseren Standorten als Grundlage für die Entwicklung 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 Maschinenbetrieb. Im Rahmen unseres verhaltensbasierten Sicherheitsprogramms fördern wir die Beteiligung und das Feedback aller Mitarbeitenden. Wir legen einen Fokus drauf, dass unsere Mitarbeitenden sich gegenseitig sowohl auf Fehlverhalten als auch auf vorbildliche Umsetzung der Sicherheitsvorgaben aufmerksam machen.

Managementsysteme

Im Jahr 2022 haben wir unsere globalen Standards weiter gestärkt und uns darauf konzentriert, Arbeitsweisen für technologische Neuerungen wie kollaborative Roboter (COBOTS) zu definieren. Daneben weiteten wir unsere Anforderungen an Schlüsselaktivitäten wie Lagerhaltung und Gabelstaplerbetrieb aus. Dies unterstützt unsere Führungskräfte dabei, Sicherheit und Gesundheitsschutz in den Arbeitsalltag einzubeziehen.

Um ein robustes Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsystem zu gewährleisten, das eine kontinuierliche Verbesserung ermöglicht, führen wir alle drei Jahre an jedem Standort externe Audits durch; diese stimmen mit unserem internen Umwelt-, Sicherheits- und Sicherheitsmanagement-Auditsystem (ESMAS) überein (s. Kapitel „Achtung der Menschenrechte“). ESMAS basiert auf den beiden international anerkannten Normen ISO 14001 (Umweltmanagementsysteme) und ISO 45001 (Managementsysteme für Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz).

Die nächsten Schritte

Wir setzen die Umsetzung unserer Strategie fort und bauen die Programme weiter aus, die unser Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsystem stärken. Im Jahr 2023 werden wir uns weiterhin darauf konzentrieren, die Zahl der Unfälle im Zusammenhang mit den Hauptrisiken in unseren Betrieben zu verringern. Gleichzeitig wollen wir neue Best Practices und Programme einsetzen, 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. Die Grundlage unseres internen Managementsystems im Bereich Arbeitssicherheit bildet neben den gesetzlichen Vorschriften unsere im Jahr 2022 verabschiedete, konzernweit gültige Arbeitsschutzpolitik („tesa Policy on Occupational Safety and Health“). Gegenstand dieser sind sechs Leitthemen: Krisen- und Notfallmanagement, Gesundheitsfürsorge, Risikobeurteilung und -bewertung, Unfallprävention, Brand- und Explosionsschutz sowie Anlagensicherheit. Die Politik ersetzt die bis dahin gültigen Richtlinien zum Arbeitsschutz („Occupational Safety Guidelines“).

Die Arbeitsschutzpolitik wird durch unternehmensinterne Vorschriften und spezifische Betriebsanweisungen weiter konkretisiert. Sie legen zum Beispiel fest, dass Mitarbeitende in regelmäßigen Abständen mit Unterweisungen und Schulungen über Sicherheitsrisiken und Gefährdungspotenziale informiert und für diese sensibilisiert werden. Dies soll sie in die Lage versetzen, durch richtiges und eigenverantwortliches Verhalten Unfälle und Gesundheitsgefahren vorzubeugen.

Die Arbeitsschutzpolitik gilt auch für Subunternehmen, die in unseren Betriebsstätten Aufgaben übernehmen. In den jeweiligen Arbeitsschutzausschüssen und im 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.

Im Jahr 2022 begutachtete die BG RCI (Berufsgenossenschaft Rohstoffe und chemische Industrie) die tesa Werke in Hamburg und Offenburg und zeichnete sie mit dem Gütesiegel „Sicher mit System“ aus. Damit haben wir einen weiteren Meilenstein für den Arbeitsschutz bei tesa erreicht. Das Gütesiegel belegt, dass der Arbeitsschutz systematisch in die Führungsverantwortung des jeweiligen Werks 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 oder virtuellen Meetings diskutieren sie 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. Sie bilden die Grundlage dafür, Arbeitsmittel, -stoffe, -verfahren, -plätze und -abläufe 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 Neuanschaffungen 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, Belegschaftsvertreter*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 & 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 Gefahrstoffen ist im Notfallmanagement geregelt.

Präventionsmaßnahmen

2022 konzentrierten wir uns weiter auf den Brandschutz. So fanden Evakuierungs- und Feuerlöschtrainings für die Brandschutzhelfer*innen in den Werken statt. Daneben gab es im tesa Headquarter eine Feuerlösch-Übungsaktion. Dort konnten sich die Beschäftigten unter Anleitung einer Fachperson mit Brandschutz im Betrieb und dem richtigen Verhalten im Falle eines Feuers vertraut machen.

In der tesa Manufacturing Hamburg GmbH wurde ein Arbeitsschutz- und Gesundheitstag durchgeführt. Dabei erhielten alle Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich über persönliche Schutzausrüstung, Lärmbelastung sowie das Erkennen von Einzugsstellen und deren Sicherung zu informieren. Außerdem konnten die Beschäftigten eine Darmkrebsvorsorge beanspruchen sowie an einem Venenscreening und einer Impfberatung teilnehmen.

Im Jahr 2023 werden wir gemäß unserer Roadmap zum Arbeitsschutzmanagementsystem an den Standorten tesa SE Norderstedt und tesa Manufacturing Hamburg GmbH die ISO-45001-Zertifizierungen umsetzen.

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 Unternehmens-Purpose „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 arbeitet unser globales Social-Commitments-Team mit Kolleg*innen der einzelnen Ländergesellschaften zusammen. Diese setzen den weltweiten Strategierahmen gemäß lokalen Gegebenheiten um. Am Beiersdorf Headquarter kooperieren wir zudem mit Kolleg*innen aus verschiedenen Fachabteilungen wie Marketing, der Rechtsabteilung, dem Controlling, 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 zusammenführen, um unsere Aktivitäten global analysieren zu können. Die Analyseergebnisse stellen eine wichtige Informationsbasis für die interne Steuerung dar, aber auch einen integralen Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Da wir die Vision einer inklusiven Gesellschaft 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 sollen. So wollen wir einen 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 über unsere eigene Wertschöpfungskette hinaus. Weltweit liegt der Fokus unseres Unternehmensengagements auf der Stärkung von Mädchen und der Katastrophenhilfe. Das Engagement einzelner Marken unterstützt zudem gezielt in Bereichen, die zur jeweiligen Markenidentität und Markenkompetenz passen, und ist auf die sozialen Bedürfnisse und Anliegen der Menschen vor Ort ausgerichtet.

Wir beziehen unsere Konsument*innen in unser Markenengagement mit ein. Kontinuierlich und transparent informieren wir sie beispielsweise über die Unternehmens- und Marken-Internetseiten zu unserem sozialen Engagement. So gewinnen wichtige soziale Themen eine größere Aufmerksamkeit.

Engagement auf Unternehmensebene

Im Jahr 2022 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 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 in Afrika und Lateinamerika mit den internationalen gemeinnützigen Organisationen Plan International und CARE zusammen. Sie verfügen über das für die Umsetzung erforderliche Fachwissen und können auf etablierte und stabile Netzwerke vor Ort zurückgreifen. Darüber hinaus besitzen sie langjährige Erfahrung in der Wirkungsmessung.

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

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 wurden im Rahmen des Projekts in Ecuador Trainings mit 625 Jugendlichen durchgeführt, darunter mehr als die Hälfte Mädchen. Der Fokus lag auf sexueller und reproduktiver Gesundheit und Rechten sowie geschlechterbasierter Gewalt. Insgesamt wurden im Berichtszeitraum¹ in den Projekten in Brasilien, Ecuador und Kolumbien 19.944 Menschen erreicht und in Kenia, Ghana und Nigeria 33.309 Menschen. Die Gesamtlaufzeit der Projekte beträgt jeweils zwei Jahre; sie sind im Oktober 2020 (Lateinamerika) und Februar 2021 (Afrika) gestartet. Die Laufzeit der Projekte in Lateinamerika wurde bis zum Jahresende 2022 verlängert, um alle Aktivitäten abschließen zu können.

In Partnerschaft mit CARE setzt sich Beiersdorf 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 erhielten im Berichtsjahr in Kenia 3.067 Mädchen und Frauen (darunter 68 Teilnehmerinnen unter 18 Jahren) ein Kleinspargruppen-Training. In diesen Gruppen erwerben sie unter anderem Kenntnisse über finanzielle Abläufe wie Darlehen oder Sparraten. Insgesamt wurden im Berichtszeitraum 120.583 Menschen direkt erreicht. Auch dieses Projekt ist auf zwei Jahre ausgelegt.

Bis zum Ende des Jahres 2022² wurden bereits 231.798 von den mehr als 300.000 Menschen, auf die Beiersdorf mit den Projekten zur Stärkung von Mädchen abzielt, 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 hat Beiersdorf im Jahr 2022 Stipendien an fünf führende Sozialunternehmerinnen aus dem Vereinigten Königreich, Polen, Italien, Belgien und der Schweiz vergeben, deren Projekte sich der Stärkung von Mädchen und Frauen widmen. Darüber hinaus haben wir ab Januar 2022 die Vernetzung europäischer Sozialunternehmerinnen mit dem Ziel der Stärkung von Geschlechtergerechtigkeit unterstützt. Nachdem die Initiative im Berichtszeitraum erfolgreich abgeschlossen wurde, planen Ashoka und Beiersdorf derzeit eine zweite Phase.

Gemeinsam mit der Cardiff University führt das Unternehmen seit 2021 zudem eine dreijährige psychologische Studie durch. Sie beschäftigt sich mit den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und ähnlicher Krisen auf das Wohlbefinden von Menschen mit Hauterkrankungen. Darin wird unter anderem untersucht, wie sich negative Auswirkungen durch digitale Unterstützungstools mildern lassen. Im Berichtsjahr erschien ein Forschungspapier³, das bisherige Erkenntnisse aufzeigt. Darüber hinaus wurde ein Interviewprozess mit Betroffenen begonnen, aus dem weitere Folgerungen für die Entwicklung von digitalen Hilfsmitteln abgeleitet werden sollen.

Aufgrund des russischen Angriffskriegs gegen die Ukraine hat Beiersdorf eine Soforthilfe von zwei Millionen Euro an das Deutsche Rote Kreuz und CARE Deutschland e. V. geleistet. Außerdem haben wir mit dem Flüchtlingshilfswerk der Vereinten Nationen (UNHCR) eine globale Spendenplattform für alle unsere Mitarbeitenden aufgesetzt. UNHCR nutzt die Gelder vorrangig, um Nothilfemaßnahmen für geflüchtete ukrainische Familien auf- und umzusetzen. Dazu gehört zum Beispiel, Unterkünfte, sauberes Trinkwasser und sanitäre Einrichtungen sowie gesundheitliche Versorgung zu gewährleisten.

¹ Der Berichtszeitraum der Organisationen entspricht nicht dem Kalenderjahr, da ihre Berichterstattung zeitverzögert erfolgt. Die Berichtszeiträume sind wie folgt: Plan International Lateinamerika: 01.07.2021–30.06.2022, Plan International Afrika: 01.08.2021–31.07.2022, CARE Afrika: 01.11.2021–31.10.2022.

² Dabei sind nur die Zahlen berücksichtigt, die bis zum 31.12.2022 eingetroffen sind

³ Hewitt, R. M., Ploszajski, M., Purcell, C., Pattinson, R., Jones, B., Wren, G. H., Hughes, O., Ridd, M. J., Thompson, A. R., & Bundy, C. (2022). A mixed methods systematic review of digital interventions to support the psychological health and well-being of people living with dermatological conditions. *Frontiers in Medicine*, 9. <https://doi.org/10.3389/fmed.2022.1024879>

Darüber hinaus kooperieren wir über unsere Konzernzentrale mit den beiden gemeinnützigen Organisationen innatura und Hanseatic Help und verteilen gezielt Produktspenden. Beiersdorf hat im Berichtszeitraum europaweit Produkte von NIVEA, 8x4, Hidrofugal, Eucerin, Aquaphor und Hansaplast gespendet.

Engagement auf Markenebene

Die Marken NIVEA und Eucerin setzten ihre eigenen globalen sozialen Missionen 2022 weiter lokal fort.

NIVEA hat im Berichtszeitraum einzelne Projektaktivitäten gestartet. Ziel ist es, menschliche Berührung und mehr Miteinander anzuregen und somit die Lebensqualität verschiedener Menschen, die von Einsamkeit betroffen sind, zu fördern – etwa von Frühgeborenen, sehbehinderten Menschen und älteren Menschen mit Demenz. Beispielsweise kooperiert NIVEA Frankreich mit „Petits Frères des Pauvres“, einer Organisation, die sich gegen die soziale Isolation älterer Menschen einsetzt. Im Vereinigten Königreich unterstützt die Marke gemeinsam mit UNICEF UK innerhalb der „Baby Friendly Initiative“ die Frühgeborenenstationen in ausgewählten Krankenhäusern. Auf den Philippinen arbeitet NIVEA mit der Organisation „Resources for the Blind Inc.“ zusammen, die sich auf die ganzheitliche Betreuung von sehbehinderten Menschen konzentriert. Bis 2025 sollen die „Human Touch“-Projekte einen positiven Einfluss auf die individuelle Gesundheit und das Wohlbefinden von mehr als 150.000 Menschen haben. Aktuell überprüft die Marke die thematische Schwerpunktsetzung ihrer sozialen Mission.

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 Deutschland kooperiert die Marke dafür mit dem Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf und dem Deutschen Psoriasis Bund. Das gemeinsame Projekt zielt darauf ab, dass Menschen mit Psoriasis (Schuppenflechte) langfristig nicht mehr gesellschaftlich stigmatisiert werden.

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. 2022 wurden bereits in insgesamt sieben Ländern Projekte umgesetzt, wobei Kanada erst in 2023 mit konkreten Aktivitäten beginnen wird.

Die Healthcare-Marken Hansaplast, Elastoplast und CURITAS haben 2022 eine neue globale soziale Mission initiiert und dabei einen Schwerpunkt auf die Erste-Hilfe-Ausbildung von Kindern gesetzt. Bis 2025 wollen die Marken mindestens 200.000 Kindern eine entsprechende Schulung ermöglichen. Im Berichtsjahr haben die Ländergesellschaften damit begonnen, die Mission lokal umzusetzen. Dabei konzentrierten sie sich darauf, geeignete Partner*innen und Projekte zu finden.

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 Grundwerten 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. Zudem unterstützen wir die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeitenden am Arbeitsplatz, das Recht auf Versammlungsfreiheit für Mitarbeitende inklusive Kollektivverhandlungen sowie den Umweltschutz. Auch setzen wir uns für Gleichberechtigung und -behandlung sowie Diversität ein.

Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette

Risiken, die die Einhaltung der Menschenrechte betreffen, sehen wir vor allem im Einkauf und in der Beschaffung von beispielsweise Rohstoffen oder Dienstleistungen – und damit in unseren Lieferketten. Unser Ziel ist es, alle Gefahren für die Menschenrechte zu beseitigen oder so weit wie möglich zu minimieren.

Aufgrund unserer Verantwortung als global agierendes Unternehmen sowie der gesetzlichen Anforderungen zur menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht haben wir im Berichtsjahr das Risiko von Verstößen gegen die Achtung der Menschenrechte bei unseren Mitarbeitenden und in unserer Lieferkette reevaluiert. Dies geschah im Rahmen unseres jährlichen Risikomanagementprozesses. Werden soziale Mindeststandards nicht eingehalten, können die Sicherheit, die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden beeinträchtigt werden. Mit Inkrafttreten des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes können Menschenrechtsverstöße neben erheblicher Beschädigung unserer Reputation gleichzeitig erhebliche Strafzahlungen für Unternehmen nach sich ziehen. Wir begegnen dem Risiko unter anderem mit einer Task-Force, die die unternehmensinternen Prozesse auf zusätzliche Anforderungen durch das Gesetz vorbereitet. Darüber hinaus ergreifen wir vorbeugende Maßnahmen im Bereich Menschenrechte, um negative Auswirkungen so weit wie möglich zu reduzieren.

Wie in unserer „Grundsatzklärung zur Achtung der Menschenrechte“ erwähnt, sind wir 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) und 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. Die internen und externen Verhaltenskodizes für unsere Mitarbeitenden und unsere Lieferbetriebe enthalten verbindliche Vorgaben zur Einhaltung der Menschenrechte.

Wir verpflichten unsere Geschäftspartner*innen dazu, unsere Standards 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 Euro zur Einhaltung von Standards verpflichtet. Der CoC steht im Einklang mit den Grundwerten 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.

2022 wickelten wir über 90 % unserer Beschaffungen über Partner*innen ab, die unseren CoC anerkannt haben; diesen Anteil wollen wir zukünftig erhöhen. Zudem haben wir den CoC im Berichtsjahr überarbeitet, um die Anforderungen des am 1. Januar 2023 in Kraft getretenen deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) zu erfüllen.

Risikoscreenings 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) und DIN ISO 45001 (Managementsysteme für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit).

Das ESMAS-Audit überprüft, ob geeignete Maßnahmen zur Einhaltung unserer weltweit gültigen Umwelt- und Arbeitsschutzstandards an unseren Standorten vollumfänglich umgesetzt werden. Im Berichtsjahr wurden die Beiersdorf Werke in Hamburg und Berlin (Deutschland), Argentona (Spanien), Sanand (Indien), Bangplee (Thailand), Malang (Indonesien), Shanghai (China), Itatiba (Brasilien), Mexico City (Mexiko) und Lagos (Nigeria) nach dem ESMAS-Standard auditiert.

Zusätzlich zu den ESMAS-Audits wurden unsere Werke in Deutschland (Hamburg und Berlin), Spanien (Argentona und Tres Cantos), Indien, Indonesien, China, Brasilien und Nigeria im Berichtsjahr nach dem standardisierten 4-Säulen-Auditprotokoll des „Sedex Members Ethical Trade Audit“ (SMETA) auditiert. Alle durchgeführten Audits sind für drei Jahre gültig und werden in diesem Zyklus wiederholt.

Verantwortlich für die Nachhaltigkeit in der Beschaffung und entlang der Lieferkette sind die jeweiligen Vice Presidents der Abteilungen Nachhaltigkeit und Einkauf. Alle unserer über 21.000 direkten Lieferbetriebe werden einer Risikoklassifizierung unterzogen; sie prüft, ob ein vertieftes Screening und somit weitere Maßnahmen über die Unterzeichnung des CoC hinaus erforderlich sind. Folgende Risiken spielen bei der Risikoklassifizierung eine Rolle: landesspezifische Risiken, die Höhe des Einkaufsvolumens sowie die Nähe der jeweiligen Waren oder Dienstleistungsunternehmen zu den Marken von Beiersdorf. Direkte Zulieferbetriebe mit einem mittleren Risiko müssen über die Plattformen „Sedex“ oder „EcoVadis“ eine umfassende Selbstauskunft abgeben. Auf dieser Basis erfolgt eine detailliertere Risikobeurteilung, anhand derer das Responsible-Sourcing-Team entscheidet, ob ein anschließendes Audit erforderlich ist. Direkte Zulieferbetriebe mit einem hohen Risiko müssen ein Vor-Ort-Audit absolvieren.

Um die Objektivität der Audits zu gewährleisten, werden sie von unabhängigen und zertifizierten Auditor*innen nach dem standardisierten SMETA-4-Säulen-Protokoll durchgeführt. Die Ergebnisse der 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“, „EcoVadis“ und „AIM-Progress“ können wir unser Nachhaltigkeitsengagement entlang der Lieferkette kontinuierlich verbessern. Zusätzlich stellen wir derzeit den Prozess der Risikoklassifizierung um. Ziel ist es, noch mehr externe Einblicke, Indizes und Datenquellen zu integrieren und unsere Prozesse ab 2023 noch robuster zu gestalten.

tesa

Beschaffungsprozesse verantwortungsvoll gestalten

Zulieferbetriebe, die den Unternehmensbereich tesa direkt beliefern, verpflichten wir zur Unterzeichnung des „Code of Conduct for Suppliers“ (CoCS). Der CoCS stellt die Basis für eine verantwortungsvolle Gestaltung unserer globalen Beschaffungsprozesse dar 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, die Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) sowie die „OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen“ zu Grunde. Wir erwarten von unseren Zulieferbetrieben, dass sie unsere Standards einhalten und bei Verstößen die Missstände beheben. In diesem Zusammenhang implementieren wir einen eigenen

Prüfprozess. Mit Blick auf das neue LkSG haben wir den CoCS im Berichtsjahr zudem erweitert und dem Thema Menschenrechte somit noch höhere Relevanz beigemessen. Der neue CoCS wird ab 2023 gültig sein.

Unsere Lieferketten sind global und komplex, denn wir kaufen Rohstoffe, Produkte und Dienstleistungen auf der ganzen Welt. Durch eine enge Zusammenarbeit möchten wir langfristige, vertrauensvolle Partnerschaften mit festen Lieferbetrieben etablieren. Unser Ziel ist es, eine hohe Produktqualität, Versorgungssicherheit und eine gemeinsame nachhaltige Entwicklung sicherzustellen.

Die Bestimmungen für unsere globalen Einkaufsprozesse sind in der „Procurement Compliance Guideline“ (PCG) definiert und beschrieben; sie ist Teil des konzernweiten Compliance-Handbuchs. Diese Richtlinie enthält verbindliche Verhaltensregeln für tesa als einkaufendes Unternehmen und wird kontinuierlich überprüft und überarbeitet.

Transparentere Lieferketten

Wir verpflichten unsere wesentlichen Zulieferbetriebe nicht nur, den tesa CoCS einzuhalten. Unser Ziel ist es auch, die Transparenz und Nachhaltigkeit in der Lieferkette Schritt für Schritt zu erhöhen.

Im ersten Schritt haben wir im Berichtsjahr einen systematischen Bewertungsprozess für unsere rund 10.000 Lieferant*innen eingeführt: In diesem Prozess prüfen unser Einkauf und unsere Nachhaltigkeitsabteilung, ob eine tiefere Risikoanalyse der Zulieferfirmen nötig ist. Dieser Screeningprozess der Lieferbetriebe wird einmal jährlich und anlassbezogen, zum Beispiel bei neuen Zulieferfirmen, durchgeführt. Neben den landes- und industriespezifischen Risiken spielt bei der Klassifizierung - in den unterschiedlichen Risikokategorien very low und low, medium low, medium high sowie high und very high - auch die Höhe des Einkaufsvolumens pro Jahr eine Rolle. Ebenso werden Faktoren wie die strategische Relevanz einbezogen, etwa wenn es sich um eine Zulieferfirma für einen wichtigen Rohstoff oder einen „Single-Source Supplier“ handelt.

Bereits seit 2020 laden wir direkte Zulieferbetriebe über die Plattform „EcoVadis“ ein, eine Selbstbewertung durchzuführen. Lieferant*innen mit einem Rating können dadurch nachweisen, inwieweit sie Menschenrechte, faire Arbeitsbedingungen und Umweltaspekte einhalten sowie ihre Produkte, Rohstoffe und Dienstleistungen verantwortungsvoll erzeugen und beschaffen.

Ende 2022 lagen für 54 % (2021: 43 %) unseres direkten Einkaufsvolumens EcoVadis-Selbstauskünfte vor. In den kommenden Jahren wollen wir diesen Anteil schrittweise erhöhen: Für insgesamt 80 % des direkten Einkaufsvolumens sollen bis 2025 Nachhaltigkeitsbewertungen vorliegen. Bis 2030 - so unser Ziel - wollen wir 80 % unseres Einkaufsvolumens nur noch an Lieferant*innen vergeben, die unseren Ansprüchen in Hinblick auf verantwortungsvolle Lieferketten genügen - das heißt, die unter anderem ein EcoVadis Assessment von mindestens 45 Punkten haben.

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 und 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 sowie 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 Wettbewerbsunternehmen, 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 Grundsätze der europäischen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) für die rechtmäßige Verarbeitung von Daten in unseren EU-Gesellschaften umgesetzt werden. Auch geben sie den Mitarbeitenden Hilfestellungen und Anweisungen für den Umgang mit Daten. Darüber hinaus haben die Datenschutz-Teams interne Partnerschaften mit datenschutzrelevanten Schlüsselfunktionen 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 Präsenzschiung oder E-Learning durchgeführt und dienen dazu, unsere Mitarbeitenden zu sensibilisieren und ihnen aufzuzeigen, wo weitere Unterstützung eingeholt werden kann. Zudem werden Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder regelmäßig über relevante Compliance-Themen unterrichtet. Im Geschäftsjahr 2022 erreichte der Unternehmensbereich Consumer eine Gesamt-Teilnahmequote von 97 % und tesa von 99 %. Die Gesamt-Teilnahmequote bezieht sich auf die Ziel- und Gefährdungsgruppe, die für die jeweiligen Compliance-Felder Kartellrecht, Antikorruption und Datenschutz vorab definiert wurde. Dazu zählen sämtliche Mitarbeitenden und Führungskräfte, die mit den jeweiligen Themen und Anforderungen in Berührung kommen können.

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 und Best-Practice-Ansätzen.

Durch diese regelmäßigen Kommunikations- und Trainingsmaßnahmen verankern wir die Compliance-Grundsätze in unseren Unternehmen.

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 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 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 und sonstige Beschwerden zu melden – auf Wunsch auch anonym. Dazu haben wir verschiedene Meldesysteme etabliert und kommuniziert.

So hat der Unternehmensbereich Consumer die Hinweisgeberplattform „Speak up. We care.“ implementiert, die weltweit und rund um die Uhr nutzbar ist. Der Unternehmensbereich tesa nutzt seit diesem Berichtszeitraum ebenso diese Plattform. Parallel nahmen externe Ombudspersonen bis zum 31.10.2022 vertrauliche Mitteilungen zu potenziellen Compliance-Verstößen für tesa entgegen.

Die Hinweisgeberplattformen stehen neben den eigenen Mitarbeitenden auch Kund*innen, Konsument*innen, Lieferant*innen und anderen externen Stakeholder*innen 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, entsprechende Sachverhalte aufgeklärt werden und 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

Mithilfe 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. Damit tragen wir sowohl internen Anpassungsbedarfen als auch den dynamischen Veränderungen rechtlicher und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen Rechnung. Im Berichtsjahr haben wir dazu im Unternehmensbereich Consumer formalisierte Prüfungsformate erarbeitet und in ausgewählten Tochtergesellschaften durchgeführt. Anhand der Formate analysieren wir die Effektivität von Kartellrechts- und Datenschutz-Compliance und verbessern diese fortlaufend. Bei tesa überarbeiteten wir die Datenschutzrichtlinie, die Hinweisgeberrichtlinie sowie den Case-Management-Prozess. Zudem haben wir den lokalen Compliance-Implementierungsstatus in bestimmten Tochtergesellschaften geprüft.

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.

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 beiträgt. Dieses Verständnis haben wir in der „Beiersdorf Quality Policy“ formuliert. Sie leitet die Unternehmensführung, das Management und alle Mitarbeitenden in ihrem täglichen Handeln. Zudem dient sie dazu, die Zufriedenheit und das hohe Vertrauen unserer Konsument*innen zu erhalten und auszubauen sowie 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. Zunächst müssen die gesetzlich geforderte Bewertung und die Freigabe der Rohstoffe, Formeln, Packmittel und Claims durch dieses Team erfolgen und somit die Sicherheit und die Verträglichkeit für die Verbraucher*innen belegt werden. Erst dann geben die Sicherheitsbewerter*innen die Fertigprodukte zur Vermarktung frei. Dies geschieht maßgebend nach den international anerkannten Regeln, die in der EU-Kosmetik-Verordnung 1223/2009 für die Sicherheitsbewertung festgeschrieben sind, sowie nach den EU-weit geltenden Vorgaben der SCCS Notes of Guidance in der 11. Revision aus dem Jahr 2021.

Die Sicherheitsbewerter*innen arbeiten im Sinne des Verbraucherschutzes eng mit den angrenzenden Bereichen wie Forschung & Entwicklung sowie Produkt- und Packmittelentwicklung zusammen.

Für die Sicherheitsbewertung kosmetischer Produkte sind neben Erfahrung und Fachkenntnis vor allem der wissenschaftliche Austausch und das Wissen über neue Erkenntnisse zu Verträglichkeit und Sicherheit von Rohstoffen, Formeln und Packmitteln unabdingbar. Entsprechend besuchen unsere Sicherheitsbewerter*innen Kongresse, sind Mitglied in Arbeitsgruppen und Expert*innenteams und nehmen an speziellen internationalen Fachtrainings teil. Dieser fachliche Austausch und die Fortbildung sollen 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 ihnen 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 überall die gleichen Maßstäbe setzen. Die Vorgaben der EU-Kosmetik-Verordnung 1223/2009 sind für uns von besonderer Bedeutung. Sie regeln einerseits die Anforderungen an die Qualifikation der Sicherheitsbewerter*innen und an die Sicherheit eines Produkts. Andererseits definieren sie die Kriterien zur korrekten Kennzeichnung von Produkten und zur Bereitstellung von Informationen, um einen sicheren Transport der Produkte und einen sicheren Umgang mit ihnen zu gewährleisten.

Die rechtlichen Anforderungen an die Sicherheit der Produkte verändern sich – auf globaler Ebene betrachtet – laufend. Wir wollen dem Risiko, gegen aktuelle Regulierungen zu verstoßen, präventiv begegnen. Deshalb arbeitet unser zentrales Regulatory Affairs Team mit einem weltweiten 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 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 auf Tierversuche verzichtet, wann immer lokale Gesetze dies zuließen. Unser erklärtes Ziel ist es, die Forschung so weit voranzubringen, dass auf Tierversuche letztlich weltweit verzichtet werden kann.

Die Sicherheit der Verbraucher*innen 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 von der OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) und wichtigen Aufsichtsbehörden international anerkannt werden.

In Zusammenarbeit mit zahlreichen Partner*innen und Interessengruppen setzen wir uns dafür ein, dass innovative Alternativmethoden entwickelt und bereits bestehende akzeptiert werden. 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 Gründungsmitglied der seit 2006 bestehenden European Partnership for Alternative Approach to Animal Testing (EPAA), einer Organisation von Europäischer Kommission und sieben Industriesektoren. Zusätzlich hat Beiersdorf Kooperationen in der 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 weiterer Stakeholder*innen entsprechen und niemand bei ihrer Herstellung oder

Anwendung zu Schaden kommt. Unser zentrales Ziel im Bereich Produktsicherheit ist es, die Zahl der Produkthaftungsfälle 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 diese strengen Vorgaben. Sie beschreibt verpflichtende Maßnahmen, mit denen wir die Sicherheit unserer Produkte weiter erhöhen. Außerdem legt sie die Rollen und Verantwortlichkeiten der produktsicherheitsbeauftragten Person (PSCR - Product Safety & Conformity Representative) fest. Die „tesa Product Safety Guideline“ gilt weltweit und ist in unserem Intranet für Mitarbeitende 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 ist die Abteilung Corporate Regulatory Affairs zuständig. Hierfür greift sie auf verschiedene chemische Datenbanken zurück, wertet wissenschaftliche Erkenntnisse aus und betrachtet Angaben zu sicherheitsrelevanten Substanzeigenschaften sowie dem sicheren Umgang mit Stoffen oder Gemischen. Für jedes Produkt gibt es grundsätzlich ein Sicherheitsdatenblatt, 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 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

Sichere Produktlösungen verdankt tesa nicht nur seinen strengen Qualitätsanforderungen, sondern auch dem konsequenten Kompetenzaufbau innerhalb des Unternehmens.

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 anerkannten Qualitätsnormen und -standards auditiert. Insbesondere die Zertifizierung IATF 16949 beachtet die Konformität aller Produkte, Prozesse, Teile und Dienstleistungen sowie die Produktsicherheit.

Berichterstattung zur EU-Taxonomie

Seit Inkrafttreten der EU-Taxonomie-Verordnung ist Beiersdorf dazu verpflichtet, Angaben zu Umsatzerlösen, Investitionsausgaben (CapEx) und Betriebsausgaben (OpEx) zu machen, die mit ökologisch nachhaltigen Wirtschaftsaktivitäten 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.

Die vorliegenden Angaben betreffen nur die Umweltziele „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“, da im Berichtsjahr nach wie vor keine technischen Bewertungskriterien zu den übrigen vier Umweltzielen seitens der EU-Kommission veröffentlicht wurden.

Vorgehen bei der Betroffenheitsanalyse¹

Zur Ermittlung der Taxonomiefähigkeit wurde bei Beiersdorf im Frühjahr 2021 ein cross-funktionales Team zusammengestellt, in dessen Kernteam die Abteilungen Sustainability (tesa und Consumer), Group Accounting and Consolidation (Consumer) sowie 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 Aktivitätenbeschreibungen und die referenzierten NACE-Codes in den Annexen 1 und 2 des delegierten Rechtsakts zu Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel, die bei Beiersdorf taxonomiefähigen Aktivitäten ermittelt. Dabei wurde auch der durch die EU-Kommission bereitgestellte „Taxonomie-Kompass“ verwendet. Parallel dazu wurden die in Annex 1 des delegierten Rechtsakts zu Artikel 8 der Verordnung (EU) 2020/852 aufgeführten Definitionen der Kennzahlen zu OpEx, CapEx und Umsatzerlösen 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 taxonomiefähig identifizierten Aktivitäten wurden anschließend Ansätze zur Abschätzung und Erhebung der entsprechenden OpEx, CapEx und Umsätze festgelegt.

Identifizierte taxonomiefähige Wirtschaftsaktivitäten

Die folgenden Wirtschaftsaktivitäten wurden als taxonomiefähig identifiziert.

Information und 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 Emissionsmanagementsoftwares GaBi und SoFi sowie Energiemanagementsysteme nutzen.

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 Drittunternehmen betrieben werden.

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

- 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 Fotovoltaikanlagen sowie Messsysteme und Steuereinheiten für die Energieeffizienz.
- Die Aktivität 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.
- Die Aktivität 7.7., „Erwerb und Eigentum von Gebäuden“, haben wir ebenfalls als nicht relevant eingestuft, da die von uns genutzten Bürogebäude nicht von uns erworben, sondern mittel- oder langfristig gemietet werden.

Energie

- In diesem Bereich wurden die Aktivität 4.25., „Erzeugung von Wärme/Kälte aus Abwärme“, sowie die Aktivität 4.30., „Hocheffiziente Kraft-Wärme/Kälte-Kopplung mit fossilen gasförmigen Brennstoffen“, als taxonomiefähig 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 im Bereich „Baugewerbe und Immobilien“ erfasst.

Verkehr

- Sämtliche unserer Transportaktivitäten sind an Dienstleister ausgelagert, sodass sich auch hier keine taxonomiefähige Tätigkeit ergibt. Lediglich unser eigener Dienstwagen-Fuhrpark 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 taxonomiefähig (Aktivität 3.4., „Herstellung von Batterien“). Aus anderen Kategorien sind keine Umsätze taxonomiefähig, beispielsweise stellt tesa keine Kunststoffe in Primärform her, sondern bezieht diese von Lieferanten.

Analyse und Berechnung zu Umsätzen

Auf Basis unserer Analyse sind wir zu dem Schluss gekommen, dass in der Kategorie Umsätze nur die Wirtschaftsaktivität 3.4., „Herstellung von Batterien“, bei tesa als taxonomiefähige Umsätze zu berücksichtigen sind. Diese Umsätze betragen 16,1 Mio. € und stellen damit knapp 0,2 % des Konzernumsatzes von 8.798,6 Mio. € dar (s. Konzernanhang, Gewinn- und Verlustrechnung, Ziffer 01).

Berechnung zu CapEx

Für CapEx haben wir die Investitionen und Langzeit-Leasingverträge im Zusammenhang mit den als taxonomiefähig identifizierten Aktivitäten ermittelt, die für beide Unternehmensbereiche berichtet werden. In der Bezugsgröße in Höhe von 617,8 Mio. € zum CapEx sind neben den im Geschäftsbericht ausgewiesenen Investitionen in immaterielle Vermögenswerte (5,2 Mio. €; s. Konzernanhang Ziffer 11) und Sachanlagen (542,6 Mio. €; s. Konzernanhang Ziffer 12) Zugänge im Zusammenhang mit langfristigen Nutzungsrechten („Right of Use Assets“) in Höhe von 70,0 Mio. € (s. Konzernanhang Ziffer 12) enthalten. Als taxonomiefähig wurden 2,7 % der Bezugsgröße von 617,8 Mio. € identifiziert.

Analyse und Berechnung zu OpEx

Als Basis für die Kalkulation der Bezugsgröße zu OpEx (Nenner) wurden die Finanzkennzahlen für das Gesamtjahr 2022 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:

- Kosten der Forschung und Entwicklung
- Kosten im Zusammenhang mit Kurzzeit-Leasingverträgen
- Wartungs- und Reparaturkosten, inklusive aller direkten Ausgaben im Zusammenhang mit der täglichen Wartung von Vermögenswerten des Sachanlagevermögens durch das Unternehmen oder Dritte

Für die Anteile der taxonomiefähigen 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. 4,2 % dieser Bezugsgröße in Höhe von 445,0 Mio. € beziehen sich auf die oben beschriebenen als taxonomiefähig identifizierten Aktivitäten.

Vorgehen und Ergebnisse der Konformitätsanalyse

Zusätzlich zur Betroffenheitsanalyse müssen berichtspflichtige Unternehmen seit 2022 auch die Taxonomiekonformität der identifizierten taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten feststellen. Dabei wird überprüft, ob eine Wirtschaftsaktivität einen wesentlichen Beitrag zu mindestens einem der sechs Umweltziele leistet („significant contribution“-Kriterium), keinem der Umweltziele signifikant schadet („Do no significant harm [DNSH]“-Kriterium) und soziale Mindeststandards erfüllt („minimum safeguards“-Kriterium).

Das Projektteam hat die in Annex 1 und 2 des delegierten Rechtsakts zu Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel zur Ergänzung der Verordnung (EU) 2020/852 aufgeführten technischen Bewertungskriterien analysiert und den o. g. identifizierten Aktivitäten gegenübergestellt.

Bei dem Großteil der taxonomiefähigen Aktivitäten von Beiersdorf handelt es sich um Produkte und Services, die von Lieferanten und Dienstleistern bezogen werden. Die Prüfung der Taxonomiekonformität dieser Aktivitäten muss daher auf Ebene des Partnerunternehmens stattfinden. Bisher konnten keine ausreichenden Informationen über die Erfüllung der Kriterien für einen wesentlichen Beitrag, der DNSH-Kriterien sowie der sozialen Mindeststandards eingeholt werden, um für das Geschäftsjahr 2022 einen taxonomiekonformen Anteil an Wirtschaftsaktivitäten auszuweisen.

Hinsichtlich der Aktivität 3.4., „Herstellung von Batterien“, liegt bisher keine ausreichende Dokumentation einer Klimarisikoanalyse vor, sodass auch diese nicht als taxonomiekonform eingestuft werden kann.

Beiersdorf wird die Erkenntnisse der durchgeführten Analysen zur Vorbereitung und Verbesserung einzelner Berichtsprozesse der Taxonomiekonformität von taxonomiefähigen Aktivitäten für das kommende Berichtsjahr nutzen.

Kennzahlen zur EU Taxonomie

Kennzahlen Umsatz

1	2	3	4	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag							DNSH-Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)					17	Taxonomie-konformer Umsatz Anteil Jahr N	Taxonomie-konformer Umsatz Anteil Jahr N-1	20	21
				5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		18	19		
Wirtschaftstätigkeiten	Nummer	Umsatz Gesamt	Anteil Umsatz	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biodiversität	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biodiversität	Soziale Mindeststandards	2022	2021	„Kategorie (ermöglichte Tätigkeiten)“	„Kategorie (Übergangstätigkeiten)“
A. TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN		tEUR	%	%	%	%	%	%	%	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	%	%	E	T
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)																				
Umsatz ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		0	0 %	0 %	0 %	N/A	N/A	N/A	N/A								0 %			
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)																				
Herstellung von Batterien	3.4	16.086	0,2 %																	
Umsatz taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		16.086	0,2 %																	
Gesamt A1 + A2		16.086	0,2 %														0 %			
B. NICHT TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN																				
Umsatz nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		8.784.552	99,8 %																	
Gesamt A + B		8.798.608	100,0 %																	

Kennzahlen CapEx

1	2	3	4	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag							DNSH-Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)						17	18	19	20	21
				5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16						
Wirtschaftstätigkeiten	Nummer	CapEx Gesamt	Anteil CapEx	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biodiversität	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biodiversität	„Soziale Mindeststandards“	2022	2021	„Kategorie (ermöglichte Tätigkeiten)“	„Kategorie (Übergangstätigkeiten)“	
A. TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN		tEUR	%	%	%	%	%	%	%	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	%	%	E	T	
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)																					
CapEx ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		0	0%	0%	0%	N/A	N/A	N/A	N/A								0%				
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)																					
Installation, Wartung und Reparatur von energieeffizienten Geräten	7.3	2.347	0,4 %																		
Installation, Wartung und Reparatur von Geräten für die Messung, Regelung und Steuerung der Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden	7.5	1.523	0,2 %																		
Installation, Wartung und Reparatur von Technologien für erneuerbare Energien	7.6	2.866	0,5 %																		
Erzeugung von Wärme/Kälte aus Abwärme	4.25	4.152	0,7 %																		

Kennzahlen CapEx

(Fortsetzung)

Installation, Wartung und Reparatur von Ladestationen für Elektrofahrzeuge in Gebäuden (und auf zu Gebäuden gehörenden Parkplätzen)	7.4	220	0,0 %			
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	8.1	5.469	0,9 %			
CapEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		16.576	2,7 %			
Gesamt A1 + A2		16.576	2,7 %			
B. NICHT TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN						
CapEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		601.194	97,3 %			
Gesamt A + B		617.770	100,0 %			

Kennzahlen OpEx

1	2	3	4	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag						DNSH-Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)						17	18	19	20	21
				5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16					
Wirtschaftstätigkeiten	Nummer	OpEx Gesamt	Anteil OpEx	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biodiversität	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biodiversität	Soziale Mindeststandards	2022	2021	Kategorie (ermöglichende Tätigkeiten)	Kategorie (Übergangstätigkeiten)
		tEUR	%	%	%	%	%	%	%	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	%	%	E	T
A. TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN																				
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)																				
OpEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		0	0%	0%	0%	N/A	N/A	N/A	N/A								0%			
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)																				
Herstellung von Batterien	3.4	2.512	0,6 %																	
Installation, Wartung und Reparatur von energieeffizienten Geräten	7.3	903	0,2 %																	
Installation, Wartung und Reparatur von Geräten für die Messung, Regelung und Steuerung der Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden	7.5	261	0,1 %																	
Installation, Wartung und Reparatur von Technologien für erneuerbare Energien	7.6	123	0,0 %																	
Erzeugung von Wärme/Kälte aus Abwärme	4.25	717	0,2 %																	

Kennzahlen OpEx

(Fortsetzung)

Hocheffiziente Kraft-Wärme/ Kälte-Kopplung mit fossilen gasförmigen Brennstoffen	4.30	511	0,1 %			
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	6.5	4.564	1,0 %			
Installation, Wartung und Reparatur von Ladestationen für Elektrofahrzeuge in Gebäuden (und auf zu Gebäuden gehören- den Parkplätzen)	7.4	24	0,0 %			
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	8.1	8.738	2,0 %			
Datenbasierte Lösungen zur Verringerung der Treibhausgas- emissionen	8.2	148	0,0 %			
OpEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomie- konforme Tätigkeiten) (A.2)		18.499	4,2 %			
Gesamt A1 + A2		18.499	4,2 %			0 %
B. NICHT TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN						
OpEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		426.472	95,8 %			
Gesamt A + B		444.971	100,0 %			

Relevante Kennzahlen zur Nichtfinanziellen Erklärung des Beiersdorf Konzerns

Unternehmensbereich Consumer	Einheit	2021	2022
Umweltbelange			
THG-Emissionen (Scope 1 und Scope 2)	t CO ₂ e	42.889	40.811
THG-Emissionen (Scope 3) unter Berücksichtigung von Zertifikaten für Biokraftstoffe	t CO ₂ e	1.070.612	1.023.679
THG-Emissionen (Scope 3) ohne Berücksichtigung von Zertifikaten für Biokraftstoffe	t CO ₂ e	1.079.412	1.034.279
Absolute Reduktion THG-Emissionen (Scope 1 und Scope 2) vs. 2018	%	26	31
Absolute Reduktion THG-Emissionen (Scope 3) vs. 2018 ¹	%	12	16
Reduktion von neuem erdölbasiertem Plastik ² vs. 2019	%	9	15
Anteil Rezyklat in unseren Kunststoffverpackungen ²	%	7	10
Reduktion der nicht biologisch abbaubaren Polymere in europäischen Produktformeln (basierend auf dem Rohmaterialvolumen) ² vs. 2016	%	52	63
Reduktion von Mikroplastik ³ in NIVEA Produkten (basierend auf dem Rohmaterialvolumen) vs. 2016	%	100	100
Reduktion von Mikroplastik ³ in Eucerin Produkten (basierend auf dem Rohmaterialvolumen) vs. 2016	%	45	76
Anteil an massenbilanziertem Palm(kern)öl und Derivaten ²	%	100	100
Anteil an FSC-zertifiziertem Papier in Faltschachteln ²	%	100	100
Arbeitnehmer*innenbelange			
Anteil Frauen in Managementgruppen 1- 3	%	34	40
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 1	%	100	100
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 2	%	88	89
Accident Frequency Rate (AFR)	Unfälle pro eine Mio. Arbeitsstunden	1,0	0,5
Achtung der Menschenrechte			
Abdeckung Risikoscreening Lieferanten	%	100	100
Abdeckung Code of Conduct	%	92	91
Compliance			
Teilnehmendenquote Compliance-Trainings	%	95	97
Unternehmensbereich tesa			
Umweltbelange			
THG-Emissionen (Scope 1 und Scope 2)	t CO ₂ e	58.373	50.860
Spezifische THG-Emissionen pro Tonne Endprodukt	t CO ₂ e	0,8	0,7
Strom aus erneuerbaren Energiequellen	%	52	66
Arbeitnehmer*innenbelange			
Accident Frequency Rate (AFR)	Unfälle pro eine Mio. Arbeitsstunden	4,1	3,6
Compliance			
Teilnehmendenquote Compliance-Trainings	%	98	99
Menschenrechte			
Abdeckung direktes Einkaufsvolumen durch EcoVadis	%	43	54
Produktsicherheit			
tesa Werke mit Qualitätsmanagementzertifikaten	%	100	100

¹ Unter Berücksichtigung der Reduktion durch Biokraftstoff-Zertifikate.

² Daten umfassen nicht die Marke Coppertone.

³ Gemäß der Definition des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP).

Relevante Kennzahlen zur Nichtfinanziellen Erklärung des Beiersdorf Konzerns

Umweltbelange			
THG-Emissionen (Scope 1 und Scope 2)	t CO ₂ e	6.267	5.956
Absolute Reduktion Treibhausgasemissionen (Scope 1 und Scope 2) vs. 2018	%	5	10
Arbeitnehmer*innenbelange			
Anteil Frauen in 1. Führungsebene	%	31	31
Anteil Frauen in 2. Führungsebene	%	52	48
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 1	%	100	N/A
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 2	%	86	100
Accident Frequency Rate (AFR)	Unfälle pro eine Mio. Arbeitsstunden	2,2	2,1
Compliance			
Teilnehmendenquote Compliance-Trainings	%	99	97

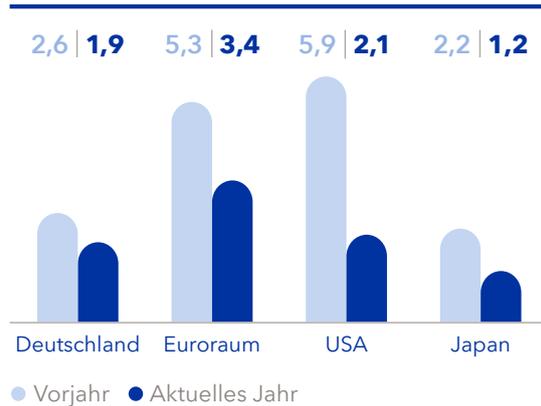
Wirtschaftsbericht

Wirtschaftliches Umfeld

Allgemeine wirtschaftliche Lage

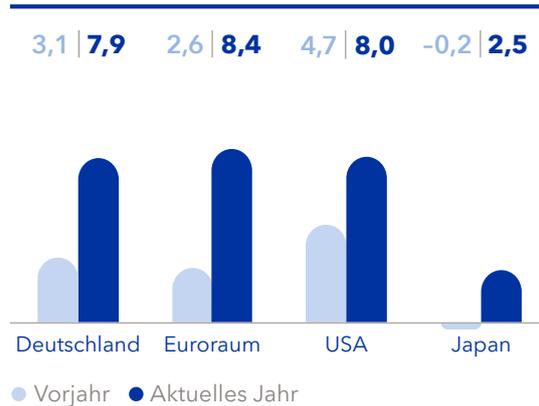
Bruttoinlandsprodukt¹

Veränderung zum Vorjahr (in %)



Inflationsrate¹

Veränderung zum Vorjahr (in %)



¹ Commerzbank Research

Die **Weltwirtschaft** war im Jahr 2022 von Turbulenzen geprägt. Insbesondere geopolitische und ökonomische Ereignisse verursachten eine volatile Gesamtwirtschaft. Zwar führten die Lockerungen der COVID-19-Restriktionen am Anfang des Jahres zu einer initialen Verbesserung der wirtschaftlichen Situation, jedoch flachte der Optimismus durch die russische Invasion in die Ukraine schnell wieder ab. Zusammenfassend war das Jahr gekennzeichnet durch einen stärker als erwarteten wirtschaftlichen Abschwung. Ursächlich hierfür war eine Inflation, die im Zusammenspiel mit einem Ungleichgewicht von Angebot und Nachfrage eine Höhe erreichte, wie seit mehreren Jahrzehnten nicht mehr. Die Zentralbanken sahen sich daher veranlasst, die geldpolitischen Zügel enger zu ziehen und Zinserhöhungen vorzunehmen. So konnte zwar die globale Wachstumsrate der Inflation in der zweiten Jahreshälfte verlangsamt werden, jedoch wurde zeitgleich das Finanzierungsumfeld in vielen Regionen erschwert. Des Weiteren übten Engpässe auf den Arbeitsmärkten im Zusammenhang mit dem Verlust an Kaufkraft Druck auf die Lohn- und Gehaltsstrukturen aus. Die Lieferkettenproblematik blieb auch im Jahr 2022 ein bremsender Faktor für die globale Wirtschaft, jedoch besserte sich die Lieferkettensituation zum Jahresende etwas.

Die **europäische** Wirtschaft wurde im Jahr 2022 insbesondere durch die Auswirkungen des Ukraine-Kriegs beeinflusst. Ökonomisch gesehen hatte der Überfall Russlands eine unsichere Versorgungslage im Hinblick auf Gas und einen dramatischen Anstieg der Energiepreise im Euroraum zur Folge. Im Zusammenhang mit den Energiepreisen stand auch ein dramatischer Anstieg der Inflationsrate, welcher sich in einem Anstieg der Verbraucher*innenpreise übersetzte. Das europäische Konsumverhalten fiel entsprechend niedrig aus. Insbesondere der Dienstleistungssektor war von dem zurückhaltenden Konsumverhalten betroffen. Die Industrie im Euroraum litt zusätzlich durch die anhaltende Lieferkettenproblematik. Insbesondere fehlende Vorprodukte behinderten die Produktion der europäischen Industrie. Als Reaktion auf die hohe Inflation reagierte die Europäische Zentralbank (EZB) seit der Jahresmitte mit einer Erhöhung des Leitzinses. Das erschwerte Finanzierungsumfeld hinterließ bereits erste Spuren in zinssensitiven Märkten, wie der Immobilienwirtschaft, und hatte sinkende Immobilienpreise im Euroraum zur Folge.

Als Teil der Weltwirtschaft war auch die **deutsche** Volkswirtschaft im Jahr 2022 zahlreichen Belastungsfaktoren ausgesetzt. Dramatische Inflationsraten, Lieferengpässe und Unsicherheiten durch die russische Invasion in die Ukraine bremsten die deutsche Wirtschaft. Auch das deutsche Exportgeschäft litt, bei gleichzeitig steigenden Importausgaben, die durch teure Energieimporte aus dem Ausland getrieben wurden. Die von der Bundesregierung beschlossenen Entlastungspakete konnten jedoch zumindest rechnerisch die Verteuerung der Energieimporte größtenteils ausgleichen. Die zur Inflationsbekämpfung angehobenen Zinsen führten seit Jahresmitte zu einem Rückgang der Wohnimmobilienpreise in Deutschland. Die Fertigung des produzierenden Gewerbes ist leicht gestiegen und auch die Lieferkettenprobleme entspannten sich etwas zum Jahresende. Die Situationen im Hinblick auf die Lieferengpässe sind je nach Branche unterschiedlich, aber beispielsweise Chemiebetriebe kommen wieder leichter an Rohstoffe und Zwischenprodukte.

Wirtschaftlich gesehen, startete das Jahr 2022 für die **USA** mit negativem Wachstum, welches bis zur Jahresmitte zu beobachten war. Im Juni erreichte die Inflation den höchsten Wert seit vier Jahrzehnten. Die Federal Reserve reagierte mit kräftigen Zinserhöhungen über das gesamte Jahr verteilt. Die Inflation konnte abgeschwächt werden, blieb jedoch immer noch auf einem hohen Niveau. Zinsensitive Märkte wie die Immobilienwirtschaft zeigten bereits Reaktionen auf die Zinserhöhung. So war ab Juni 2022 ein Sinken der Immobilienpreise in den USA beobachtbar. Andere Sektoren reagierten robust auf die restriktivere Geldpolitik der Federal Reserve. Teilweise ist dies mit dem hohen Rückstau an Nachfrage zu erklären, der sich im zweiten Halbjahr entlud. Hierbei half auch, dass sich Lieferengpässe, die aus den COVID-19-Maßnahmen resultierten, entspannten. Ein Beispiel hierfür ist die Automobilindustrie. Zusammenfassend war es ein schwieriger Start in das Wirtschaftsjahr 2022, jedoch konnte sich die amerikanische Volkswirtschaft in der zweiten Jahreshälfte erholen.

Auch **Japan** war von der globalen Wirtschaftssituation betroffen und hatte mit steigender Inflation und erhöhten Import- sowie Energiekosten zu kämpfen. Eine Verlangsamung der Konjunktur im Jahr 2022 war die Folge. Zum Jahresende jedoch konnte ein Aufschwung des Konsumverhaltens beobachtet werden. Insbesondere Dienstleistungen wurden wieder verstärkt nachgefragt. Der Aufschwung hängt zusammen mit der Wiedereröffnung der Grenzen und einer sich entspannenden Lieferkettensituation. Ebenfalls zum Jahresende entschied sich die japanische Zentralbank zum ersten Mal seit über zwei Jahrzehnten, Abstand von der lockeren Geldpolitik zu nehmen, und erhöhte die Zinsen für langfristige japanische Anleihen.

Zwar erholten sich die **Wachstumsmärkte** wirtschaftlich von der Pandemie, sie wurden jedoch durch die angespannte Weltwirtschaftslage wieder unter Druck gesetzt. Insgesamt konnte die Volkswirtschaft **Chinas** durch Anlageinvestitionen in die Infrastruktur und in das verarbeitende Gewerbe stabil gehalten werden. Der Konsum chinesischer Privathaushalte blieb allerdings aufgrund der Null-COVID-19-Politik auf einem niedrigen Niveau. Durch die schwierige globale Wirtschaftssituation ist die Nachfrage aus dem Ausland zurückgegangen, wodurch ein wichtiger Wachstumstreiber der chinesischen Konjunktur wegbrach. Die **russische** Wirtschaft wurde von den Auswirkungen der russischen Invasion der Ukraine im Februar 2022 geprägt. So wirkten nach Angabe der Europäischen Union - die sich auf unabhängige Analysen der Weltbank, des Internationalen Währungsfonds (IWF) und der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) bezieht - die beschlossenen Sanktionen. Die russische Wirtschaft schrumpft und ein rückläufiger Handel war zu beobachten. Hohe Inflationsraten erschwerten auch in Russland das wirtschaftliche Umfeld. Die Teilmobilisierung der russischen Bevölkerung im Zuge des Ukraine-Kriegs wirkte ebenfalls dämpfend auf die Wirtschaft. Des Weiteren war eine Lohninflation und eine erhöhte Dynamik bei Dienstleistungen zu beobachten. Insgesamt schließt Russland das Fiskaljahr mit einem rückläufigen Bruttoinlandsprodukt. Die wirtschaftliche Situation in **Brasilien** war gezeichnet von Unsicherheit. Die Debatte über eine Verfassungsänderung, um Staatsausgaben über die bestehende Ausgabengrenze zu ermöglichen, hatte einen starken Anstieg von Marktpreisen zur Folge. Weiter befeuert wurde die Unsicherheit durch fehlende Ankündigungen wie wichtige Regierungsposten, einschließlich des Finanzministers, besetzt

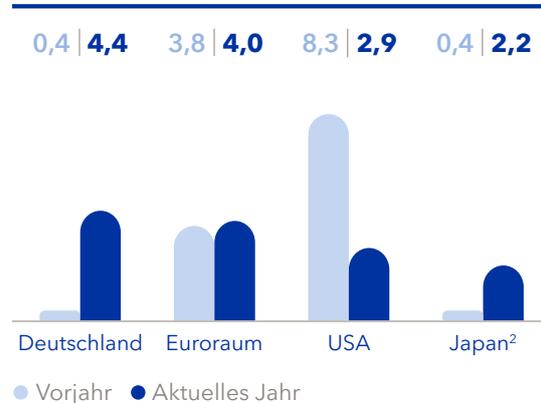
werden sollten. Der **Mittlere Osten** profitierte ökonomisch von der höchsten Wachstumsrate seit 2016. Im Wesentlichen waren hohe Ölpreise dafür verantwortlich. Es konnte aber auch Wachstum in nicht erdölfördernden Sektoren erwirtschaftet werden. In **Indien** hat das Exportgeschäft verglichen mit dem Importgeschäft deutlich nachgelassen. Innerhalb der Wirtschaftssektoren sind die Verkaufszahlen im Allgemeinen zurückgegangen, da die Nachfrage sowohl nach Ge- als auch Verbrauchsgüter weit unter dem „Vor-Pandemie“-Niveau lag. Die industrielle Produktion befindet sich jedoch noch auf dem gleichen Niveau wie vor der Pandemie. In den **südostasiatischen Schwellenländern** hat die Inflation Ende 2022 ihren Höhepunkt erreicht. Die Wiedereröffnung der Grenzen ermöglichte eine wirtschaftliche Erholung, vor allem des kontaktintensiven Dienstleistungssektors.

Absatzmarktentwicklung

Das globale Marktumfeld war im Jahr 2022 von hoher Volatilität und Herausforderungen geprägt. Seit dem Ausbruch des Kriegs von Russland gegen die Ukraine sind Märkte mit gestiegenen Rohstoffpreisen und erheblichen Versorgungsengpässen in den Energiemärkten konfrontiert. Die Kombination aus erhöhten Rohstoffpreisen und anhaltenden Währungsabwertungen führte in vielen Ländern zu einer höheren Inflation, verbunden mit wachsender Rezessionsangst. Der globale Kosmetikmarkt wuchs trotz der Volatilität des Umfelds und der herausfordernden Umstände und erreichte das Niveau von vor der COVID-19-Pandemie. Insbesondere die Kategorien SUN, Lip und Deo konnten dabei im Vergleich zum Vorjahr zulegen, sowie alle Regionen außer Nordostasien.

Privater Konsum¹

Veränderung zum Vorjahr (in %)



¹ Commerzbank Research.

² Oxford Economics.

Die Geschäftstätigkeit des Unternehmensbereichs tesa war im Jahr 2022 durch eine hohe Unsicherheit charakterisiert. Harte Lockdown-Maßnahmen in der Volksrepublik China infolge der COVID-19-Pandemie haben die lokale Marktentwicklung zeitweise geschwächt und auch die anhaltenden Komplikationen in den weltweiten Lieferketten haben die Entwicklung beeinträchtigt. Der Ukraine Krieg hat zu einer deutlichen Erhöhung der Energiepreise geführt. Ferner trugen die fortgesetzte mangelnde Verfügbarkeit von Halbleitern und weiterer Industriematerialien zu einer hohen Inflation bei. Die industriellen Absatzmärkte zeigten sich in diesem Umfeld jedoch ausgesprochen robust. Insbesondere die globalen Automobilmärkte konnten gegenüber dem Vorjahr spürbar zulegen, insbesondere gegenüber dem schwächeren zweiten Halbjahr 2021. Das Handelsgeschäft mit Endverbraucher*innen und industriellen Abnehmern war unterschiedlich betroffen. Während der traditionelle Handel nur noch geringfügig von COVID-19-Beschränkungen betroffen war und zulegen konnte, schwächte sich das Wachstum im Onlinehandel spürbar ab.

Beschaffungsmarktentwicklung

Das Jahr 2022 war geprägt von kontinuierlichen Lieferengpässen und einer signifikanten Inflation auf den meisten Roh-/Packstoff- und Logistikmärkten. Dies lag zum einen an COVID-19-bedingten Kapazitätsbeschränkungen vieler Produzenten und ganzer Lieferländer, wie beispielsweise China. Zum anderen hat der Ukraine-Krieg die bereits im Jahr 2021 gestiegenen Energiekosten auf neue Höchststände gebracht, was zu einem starken Anstieg der Produktionskosten unserer Lieferanten geführt hat.

All dies führte dazu, dass sich die Preise für Roh- und Packstoffe und Logistikdienstleistungen, insbesondere in der zweiten Jahreshälfte, deutlich über Vorjahresniveau bewegten. Durch ein fokussiertes

und abteilungsübergreifendes Engpassmanagement und Präferenz bei wichtigen Lieferanten ist es uns gelungen, negative Auswirkungen der Lieferschwierigkeiten für unsere Produktionsstandorte und Handelspartner zu begrenzen.

Gesamtaussage zu den Rahmenbedingungen

Trotz der weiterhin hohen Volatilität in der globalen Wirtschaft im Jahr 2022 konnte sich der weltweite Kosmetikmarkt positiv entwickeln. Hauptgründe waren hierbei insbesondere die weitreichenden Normalisierungen des alltäglichen Lebens nach den Einschränkungen durch die Pandemie in den Vorjahren. Sowohl der Bereich Skin Care (Hautpflegeprodukte) als auch der Bereich Personal Care (Seifen, Duschgels) konnten ein starkes Wachstum vorweisen. Der Fokus im Unternehmensbereich Consumer lag hierbei auf dem Skin Care-Bereich, in den stark investiert wurde. Alle Unterkategorien des Skin Care-Bereichs konnten 2022 wachsen und haben zudem größtenteils starke Marktanteils-gewinne verzeichnet.

Im Unternehmensbereich tesa zeigten sich auch im Jahr 2022 deutliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie durch die weiterhin angespannte Situation in den globalen Wertschöpfungsketten. Zusätzlich haben sich durch den Ausbruch des Ukraine-Kriegs die Preise für Rohstoffe, Logistik und Energie deutlich erhöht. tesa verzeichnete trotz schwieriger Rahmenbedingungen Umsatzzuwächse, auch durch notwendige Preiserhöhungen in den beiden Hauptbereichen Industry und Consumer.

Ertragslage

Ertragslage Konzern

Gewinn- und Verlustrechnung

(in Mio. €)

	2021	2022	Entwicklung in % ¹
Umsatzerlöse	7.627	8.799	15,4
Kosten der umgesetzten Leistungen	-3.267	-3.842	17,6
Brutto-Ergebnis	4.360	4.957	13,7
Marketing- und Vertriebskosten	-2.675	-2.998	12,1
Forschungs- und Entwicklungskosten	-268	-291	8,3
Allgemeine Verwaltungskosten	-448	-524	16,9
Sonstiges betriebliches Ergebnis (ohne Sondereffekte)	24	14	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	993	1.158	16,7
Sondereffekte	-60	-66	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	933	1.092	17,1
Finanzergebnis	-26	4	-
Ergebnis vor Steuern	907	1.096	20,9
Ertragsteuern	-252	-325	28,8
Jahresüberschuss	655	771	17,8

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

Umsatz

Der Konzernumsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr organisch um 10,2 %. Der Unternehmensbereich Consumer konnte einen erfreulichen, zweistelligen organischen Umsatzzuwachs von 10,5 % verzeichnen. Der Unternehmensbereich tesa erzielte ein organisches Umsatzwachstum von 8,8 %.

Wechselkurse erhöhten das nominale Wachstum um 4,3 Prozentpunkte. Die strukturellen Effekte aus dem Erwerb von Chantecaille sowie aus dem Verkauf der tesa Labtec beeinflussten den Umsatz insgesamt positiv um 0,9 Prozentpunkte. Nominal erhöhte sich der Konzernumsatz um 15,4 % gegenüber dem Vorjahr und erreichte 8.799 Mio. € (Vorjahr: 7.627 Mio. €).

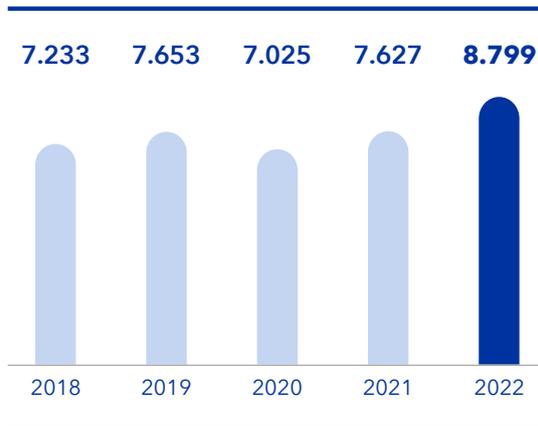
In **Europa** stieg der Umsatz organisch um 5,5 % gegenüber dem Vorjahr. Nominal belief sich der Umsatz auf 3.900 Mio. € (Vorjahr: 3.676 Mio. €) und lag damit um 6,1 % über dem Vorjahr.

Das organische Wachstum in **Amerika** lag 21,8 % über dem Vorjahr. Nominal stieg der Umsatz um 39,2 % auf 2.126 Mio. € (Vorjahr: 1.527 Mio. €).

Der Umsatz in der Region **Afrika/Asien/Australien** lag organisch um 9,9 % über dem Vorjahr. Nominal konnte ein Anstieg von 14,4 % auf 2.773 Mio. € (Vorjahr: 2.424 Mio. €) verzeichnet werden.

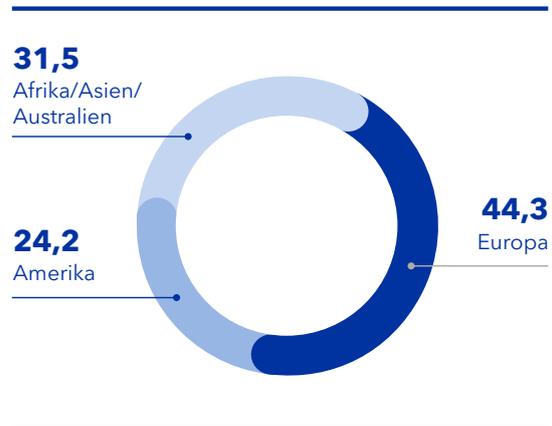
Umsatz Konzern

(in Mio €)



Umsatz Konzern nach Regionen

(in %)



Aufwand/Sonstiges betriebliches Ergebnis

Die **Kosten der umgesetzten Leistungen** stiegen um 17,6 %. Die Kosten sind infolge des gestiegenen Umsatzvolumens im Vorjahresvergleich angestiegen. Daneben wirkten sich die Wechselkurse negativ aus. Diese wurden durch Preis- und Mixeffekte partiell kompensiert. Insgesamt ergab sich infolge des gestiegenen Kostendrucks auf den Beschaffungsmärkten im Berichtsjahr ein verringertes **Brutto-Ergebnis** in Relation zum Umsatz.

Die **Marketing- und Vertriebskosten** entwickelten sich mit einem Anstieg von 12,1 % im Vergleich zum Vorjahr. Sie entwickelten sich durch den effizienten Einsatz der Mittel unterproportional zum Umsatz und beliefen sich auf 2.998 Mio. € (Vorjahr: 2.675 Mio. €). Dies wurde durch Optimierungen bei den Marketingausgaben und fokussierte Werbekampagnen erreicht. Der Marketingetat wird stetig an die geänderten Marktbedingungen und insbesondere an das geänderte Medienverhalten der Verbraucher*innen angepasst. Insgesamt wurden für Werbung und Handelsmarketing 1.883 Mio. € (Vorjahr: 1.689 Mio. €) aufgewendet.

Die Aufwendungen für **Forschung und Entwicklung** entwickelten sich ebenfalls unterproportional zum Umsatz und lagen mit 291 Mio. € um 23 Mio. € über dem Vorjahr (Vorjahr: 268 Mio. €). Ein Fokus lag dabei auf zukunftsweisenden Technologien, neuen Digitalisierungsmöglichkeiten und nachhaltigen Konzepten. Durch kontinuierliche Forschung unter Berücksichtigung regionaler Besonderheiten wird auf die Wünsche unserer Verbraucher*innen eingegangen.

Die **allgemeinen Verwaltungskosten** stiegen von 448 Mio. € auf 524 Mio. € und sind vor allem verursacht durch das weitere Vorantreiben von zahlreichen Digitalisierungsprojekten. Das sonstige betriebliche Ergebnis (ohne Sondereffekte) beläuft sich auf 14 Mio. € (Vorjahr: 24 Mio. €). Die Gründe des Rückgangs waren im Wesentlichen Währungsverluste, sowie höhere Restrukturierungsaufwendungen.

Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)

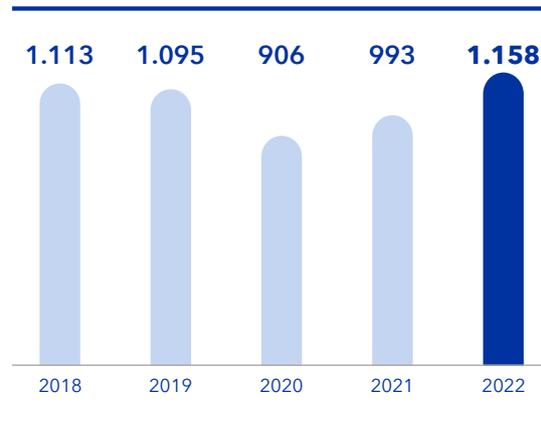
Die Beurteilung der operativen Ertragslage des Beiersdorf Konzerns erfolgt anhand des betrieblichen Ergebnisses (EBIT) ohne Sondereffekte. Diese Kennzahl ist nicht Bestandteil der IFRS und nur als freiwillige Zusatzinformation zu betrachten. Sondereffekte sind einmalige, nicht operative Geschäftsvorfälle.

Das EBIT ohne Sondereffekte beträgt 1.158 Mio. € (Vorjahr: 993 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite lag bei 13,2 % (Vorjahr: 13,0 %). Der Unternehmensbereich Consumer erzielte ein EBIT ohne Sondereffekte von 880 Mio. € (Vorjahr: 740 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite lag bei 12,3 % (Vorjahr: 12,1 %). Der Unternehmensbereich tesa erreichte ein EBIT ohne Sondereffekte von 278 Mio. € (Vorjahr: 253 Mio. €) und eine EBIT-Umsatzrendite von 16,7 % (Vorjahr: 16,9 %).

In **Europa** verzeichnete der Konzern ein EBIT ohne Sondereffekte von 618 Mio. € (Vorjahr: 556 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 15,9 % (Vorjahr: 15,1 %). Das EBIT ohne Sondereffekte in **Amerika** lag bei 140 Mio. € (Vorjahr: 91 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 6,6 % (Vorjahr: 6,0 %). In **Afrika/Asien/Australien** betrug das EBIT ohne Sondereffekte 400 Mio. € (Vorjahr: 346 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 14,5 % (Vorjahr: 14,3 %).

EBIT Konzern

ohne Sondereffekte (in Mio. €)



Sondereffekte

Die Sondereffekte im Konzern beliefen sich insgesamt auf 66 Mio. € (Vorjahr: 60 Mio. €). Die gezeigten Sondereffekte des Berichtsjahres beinhalten im Wesentlichen Restrukturierungsaufwendungen und zwar vor allem der Supply-Chain-Organisation von 43 Mio. € (Vorjahr: 37 Mio. €), Aufwendungen aus dem „Care Beyond Skin“-Programm von 5 Mio. € (Vorjahr: 6 Mio. €) und sonstige Aufwendungen in Höhe von 18 Mio. €, welche durch die Integration des Chantecaille-Geschäfts von 4 Mio. €, sowie durch die Aufwendungen in Höhe von 6 Mio. € im Zusammenhang mit der Veräußerung von tesa Labtec und der Wertminderung des Firmenwerts der tesa Twinlock von 8 Mio. € entstanden sind.

Betriebliches Ergebnis (EBIT)

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) erreichte 1.092 Mio. € (Vorjahr: 933 Mio. €). Dies entspricht einer EBIT-Umsatzrendite von 12,4 % (Vorjahr: 12,2 %).

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis betrug 4 Mio. € (Vorjahr: -26 Mio. €). Im Vorjahr hatten Wertverluste bei Finanzanlagen das Ergebnis geprägt.

Ertragsteuern

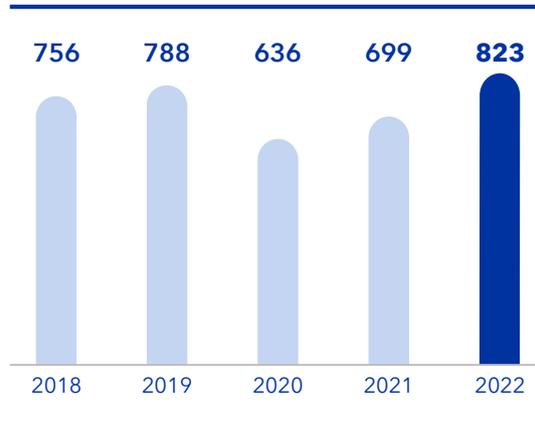
Der Ertragsteueraufwand lag bei 325 Mio. € (Vorjahr: 252 Mio. €). Die Steuerquote lag bei 29,6 % (Vorjahr: 27,8 %). Die Steuern für die Sondereffekte betragen 14 Mio. € (Vorjahr: 16 Mio. €).

Jahresüberschuss

Der Jahresüberschuss betrug 771 Mio. € (Vorjahr: 655 Mio. €), die Umsatzrendite nach Steuern lag bei 8,8 % (Vorjahr: 8,6 %). Ohne Sondereffekte stieg der Jahresüberschuss auf 823 Mio. € (Vorjahr: 699 Mio.€), die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern lag bei 9,4 % (Vorjahr: 9,2 %).

Jahresüberschuss Konzern

ohne Sondereffekte (in Mio. €)



Ergebnis je Aktie - Dividende

Das Ergebnis je Aktie lag bei 3,33 € (Vorjahr: 2,81 €). Ohne Sondereffekte betrug es 3,56 € (Vorjahr: 3,00 €). 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 19 „Gezeichnetes Kapital“ im Konzernanhang verwiesen.

Ertragslage Unternehmensbereiche

Consumer

Umsatzentwicklung Unternehmensbereich Consumer

(in Mio. €)

	01.01.-31.12.2021	01.01.-31.12.2022	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	2.910	3.104	6,7	5,0
Westeuropa	2.352	2.505	6,5	5,3
Osteuropa	558	599	7,3	3,7
Amerika	1.302	1.841	41,4	23,2
Nordamerika	646	900	39,3	17,6
Lateinamerika	656	941	43,4	28,6
Afrika/Asien/Australien	1.917	2.186	14,0	10,2
Gesamt	6.129	7.131	16,3	10,5

Der Umsatz im Unternehmensbereich Consumer erreichte 2022 ein organisches Umsatzwachstum von 10,5 %. Nominal erhöhte sich der Umsatz somit um 16,3 % auf 7.131 Mio. € (Vorjahr: 6.129 Mio. €). Wechselkurseffekte erhöhten das nominale Wachstum um 4,6 Prozentpunkte. Der strukturelle Effekt aus dem Erwerb von Chantecaille beeinflusste das nominale Wachstum positiv um 1,2 Prozentpunkte.

Im Unternehmensbereich Consumer trugen alle Regionen und Marken zum Wachstum bei. Beiersdorf konnte auf allen Kontinenten Marktanteile hinzugewinnen, insbesondere mit der Marke NIVEA in Europa mit einer sehr starken Entwicklung in der Schweiz, Großbritannien und Spanien, sowie im Bereich Derma mit den Marken Eucerin und Aquaphor in den USA, Mexiko und Deutschland. Der Bereich Healthcare konnte ebenfalls Marktanteile hinzugewinnen, insbesondere in Australien, Mexiko und Indonesien.

In allen Regionen entwickelten sich die Umsatzwachstumsraten positiv, insbesondere in den Regionen Amerika und Afrika/Asien/Australien, in denen das Umsatzwachstum im zweistelligen Prozentbereich gegenüber dem Vorjahr lag. NIVEA erzielte insgesamt starke Wachstumsraten. Die Bereiche Derma und Healthcare und die Marke La Prairie trugen mit einem starken Wachstum zur sehr guten Entwicklung des Unternehmensbereichs bei.

Das EBIT ohne Sondereffekte betrug 880 Mio. € (Vorjahr: 740 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag bei 12,3 % (Vorjahr: 12,1 %). Als Sondereffekte wurden die Aufwendungen aus dem „Care Beyond Skin“-Programm in Höhe von 5 Mio. €, Restrukturierungsaufwendungen im Wesentlichen in der Supply-Chain-Organisation in Höhe von 43 Mio. € sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit der Integration des Chantecaille-Geschäfts in Höhe von 4 Mio. € ausgewiesen. Das Consumer-Ergebnis nach Sondereffekten betrug daher 828 Mio. € (Vorjahr: 680 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite lag bei 11,6 % (Vorjahr: 11,1 %).

NIVEA ist im Jahr 2022 weltweit organisch um 9,6 % gewachsen. Nominal stieg der Umsatz von 4.116 Mio. € auf 4.652 Mio. €. Das starke, fast zweistellige prozentuale Umsatzwachstum basierte auf Marktanteilsgewinnen in allen Regionen und fast allen Hauptkategorien. NIVEA wuchs sowohl mengen- als auch preismäßig. Dazu trugen insbesondere die Region Emerging Markets, die Einführung neuer Produkte und eine starke Entwicklung des Basissortiments bei. Alle Hauptkategorien verzeichneten im Jahr 2022 ein Wachstum. Die wichtigsten Wachstumstreiber waren NIVEA Deo, NIVEA SUN, NIVEA Body, NIVEA Lip und NIVEA Face. In der Kategorie NIVEA Deo zählten bestehende Produktlinien wie Black & White und Fresh sowie erweiterte Linien wie Pearl & Beauty zu den wichtigsten Wachstumstreibern. Das NIVEA Sun Geschäft zeigte über fast alle Sortimente und Regionen hinweg ein bemerkenswertes Wachstum und übertraf das Umsatzniveau vor COVID-19. Auch im Kerngeschäft Körperpflege erzielte NIVEA mit Sortimenten wie Essentials eine sehr positive Umsatzentwicklung. NIVEA Lip wuchs in fast allen Sortimenten und Regionen stark. In der Kategorie NIVEA Face trug insbesondere die weiterhin hervorragende Entwicklung des neu eingeführten NIVEA CELLULAR LUMINOUS630® zum starken Umsatzwachstum bei. Die Kategorie NIVEA Haarpflege war weiterhin rückläufig.

Besonders erfreulich entwickelte sich die Geschäftseinheit **Derma** mit einem organischen Umsatzwachstum von 23,9 %. Nominal stieg der Umsatz auf 1.026 Mio. € (Vorjahr: 790 Mio. €). Das Umsatzwachstum wurde durchgängig in allen Regionen und Kategorien erzielt. Eine starke Wachstumsbeschleunigung wurde in unserem Schlüsselmarkt USA, in den Regionen Südamerika und MEA sowie in unserem White-Spot-Markt China erzielt. Ein positiver Wachstumsbeitrag kam vor allem aus der Eucerin Gesichtskategorie, hauptsächlich aus den Unterkategorien Anti-Pigment und Akne, angetrieben durch die weitere Expansion unseres Thiamidol-Sortiments. Darüber hinaus trug unsere Sonnenkategorie zu einem starken überproportionalen Wachstum bei, unterstützt durch die Einführung von Eucerin Sun in den USA und den Erfolg unserer Neueinführungen wie Oil und Pigment Control Tinted. Bei der Körperpflege verzeichneten die Eucerin Urea-Reihe und Aquaphor ein besonders starkes Umsatzwachstum. Generell war der Onlinevertriebskanal ein wichtiger Umsatztreiber.

Healthcare verzeichnete ein organisches Umsatzwachstum von 13,1 % und erreichte einen neuen Meilenstein von 261 Mio. € (Vorjahr: 225 Mio. €). Das zweistellige prozentuale Umsatzwachstum basierte auf starker, konsequenter Umsetzung von Markeninnovationen, einschließlich nachhaltiger Pflaster im Bereich der Wundversorgung. Dieses Wachstum war in allen wichtigen Märkten zu verzeichnen. Wundpflaster sind weiterhin eine starke Säule und ein Treiber für das Gesamtwachstum.

Im Bereich der selektiven Kosmetik steigerte unsere Marke **La Prairie** den organischen Umsatz um 1,9 %. Der nominale Umsatz stieg von 599 Mio. € auf 655 Mio. €. Dieses Ergebnis ist vor allem auf die Erholung des wichtigen Reiseeinzelhandelsgeschäfts und den Aufschwung des stationären Geschäfts in Nordamerika zurückzuführen, während der lokale Markt in China durch die COVID-19-Restriktionen stark herausgefordert wurde. Die Einführungen von White Caviar Essence Extraordinaire, Pure Gold Radiance Nocturnal Balm und Skin Caviar Harmony L'Extrait waren die Wachstumstreiber.

In der Region **Europa** lag der Umsatz organisch um 5,0 % über dem Vorjahr. Nominal stieg der Umsatz um 6,7 % auf 3.104 Mio. € (Vorjahr: 2.910 Mio. €).

In **Westeuropa** stieg der Umsatz organisch um 5,3 %. Vor allem in Großbritannien, Spanien, Italien und Dänemark konnte ein gutes Wachstum erreicht werden. Die Umsätze in NIVEA Deo, SUN und Universal Cremes sowie der Kategorien 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-Geschäftes bei der Marke La Prairie.

Der Umsatz in **Osteuropa** lag organisch um 3,7 % über dem Vorjahr. Diese Tendenz war unter anderem durch ein starkes Wachstum in Polen und Rumänien getrieben, sowie durch die positive Entwicklung in den anderen osteuropäischen Ländern. Besonders gut entwickelten sich die Kategorien NIVEA Deo, SUN & Lip Care und Eucerin Face, Sun & Body in der Region. In Russland wurde das Geschäft mit La Prairie vollständig und mit anderen Produkten im Consumer Bereich erheblich reduziert. Aufgrund der reduzierten Geschäftstätigkeit in Russland und des Konfliktes in der Ukraine fiel das Wachstum in Osteuropa unterdurchschnittlich aus.

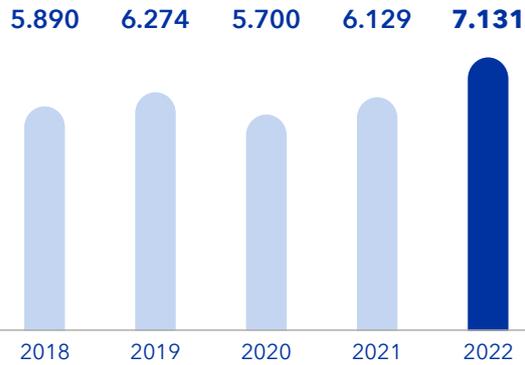
In der Region **Amerika** konnte ein starkes organisches Umsatzwachstum von 23,2 % erzielt werden. Nominal lag der Umsatz mit 1.841 Mio. € um 41,4 % über dem Vorjahr (1.302 Mio. €).

In **Nordamerika** konnte ein positives organisches Umsatzwachstum von 17,6 % erzielt werden. Als wesentliche Wachstumstreiber stellten sich die Marken Coppertone, Aquaphor und Eucerin heraus.

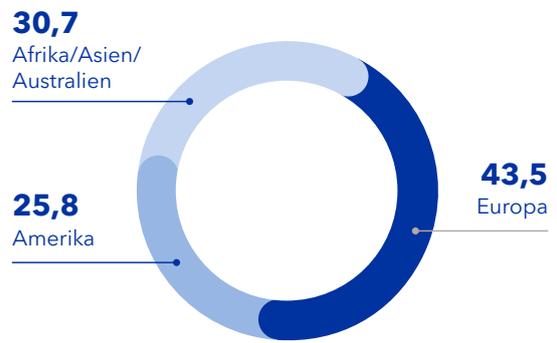
In **Lateinamerika** konnte ebenfalls ein sehr gutes organisches Umsatzwachstum von 28,6 % erzielt werden. Aufgrund der erheblichen Wechselkurseffekte ist der Umsatz in der Region nominal um 43,4 % gestiegen. In fast allen Ländern zeigte sich ein Umsatzwachstum, besonders stark in Brasilien und Mexiko. Neben NIVEA stellte sich Eucerin als wesentlicher Wachstumstreiber heraus.

Der Umsatz in der Region **Afrika/Asien/Australien** erreichte organisch einen Umsatzanstieg von 10,2 %. Nominal stieg der Umsatz um 14,0 % auf 2.186 Mio. € (Vorjahr: 1.917 Mio. €). Besonders positiv sind die Umsätze in Indonesien, Indien, Nigeria und Südafrika ausgefallen. Besonders NIVEA Deo, Face und SUN entwickelten sich sehr gut. Eucerin konnte ebenfalls ein starkes Wachstum in der Region erreichen, insbesondere in China.

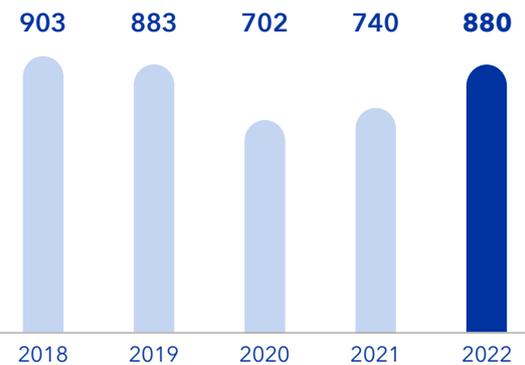
Umsatz Consumer
(in Mio. €)



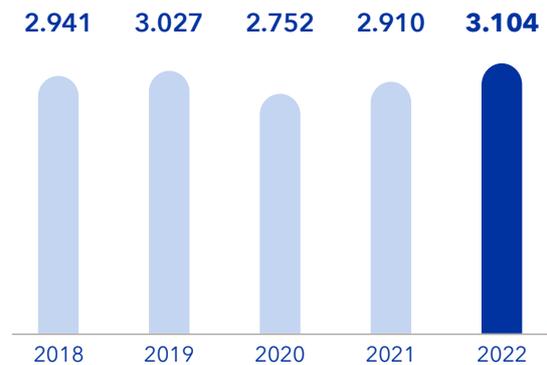
Umsatz Consumer nach Regionen
(in %)



EBIT Consumer
ohne Sondereffekte (in Mio. €)



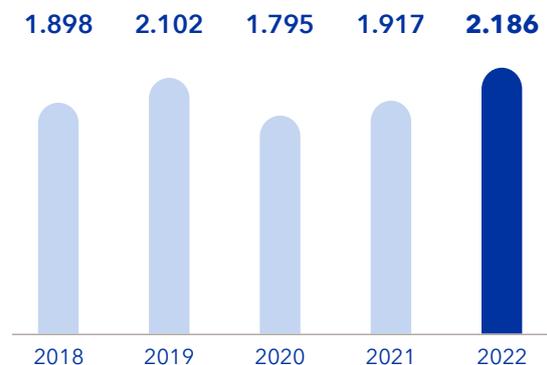
Umsatz Consumer in Europa
(in Mio. €)



Umsatz Consumer in Amerika
(in Mio. €)



Umsatz Consumer in Afrika/Asien/Australien
(in Mio. €)



tesa

Umsatzentwicklung Unternehmensbereich tesa

(in Mio. €)

	01.01.-31.12. 2021	01.01.-31.12. 2022	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	766	796	3,9	7,6
Amerika	225	285	26,4	13,7
Afrika/Asien/Australien	507	587	15,8	8,4
Gesamt¹	1.498	1.668	11,3	8,8

¹ Die Gesamtsumme setzt sich aus den Umsätzen der tesa Bereiche Industry, Consumer und Others zusammen.

tesa konnte im Jahr 2022 in einem schwierigen wirtschaftlichen Marktumfeld ein sehr gutes organisches Umsatzwachstum von 8,8 % erzielen. Positive Wechselkurseffekte beeinflussten diese Entwicklung um 3,3 Prozentpunkte. Gegenläufig dazu beeinflusste der Verkauf der tesa Labtec im 3. Quartal den Umsatz negativ um 0,8 Prozentpunkte. Nominal erhöhte sich der Umsatz von 1.498 Mio. € im Vorjahr um 11,3 % auf 1.668 Mio. €.

In **Europa** erhöhte sich der Umsatz organisch um 7,6 %. Der Bereich Industry zeigte deutliche Steigerungen in allen Märkten. Dabei konnten Preiserhöhungen durchgesetzt werden, um dem Kostendruck aus steigenden Material-, Logistik- und Energiekosten entgegenzuwirken. Auch das Geschäft im Bereich Consumer konnte nach einem guten Vorjahr weiterwachsen. In einem schwierigen Marktumfeld entwickelte sich der Umsatz im Endverbraucher*innengeschäft positiv, auch über digitale Absatzkanäle. Nominal erreichte tesa in Europa einen Umsatz von 796 Mio. € (Vorjahr: 766 Mio. €). Der Anteil am Konzernumsatz reduzierte sich auf 47,7 % (Vorjahr: 51,1 %).

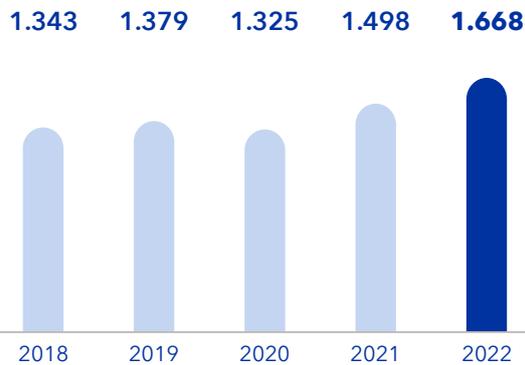
In **Nord- und Südamerika** erreichte tesa eine sehr positive Umsatzentwicklung und wuchs organisch um 13,7 %. Der Umsatz im Bereich Industry konnte sich deutlich erholen und verzeichnete insbesondere einen Zuwachs auf dem Automobilmarkt. Auch die Umsätze im Endverbraucher*innengeschäft in Lateinamerika haben sich sehr positiv weiterentwickelt. Der Umsatz der Region erhöhte sich nominal um 26,4 % auf 285 Mio.€ (Vorjahr: 225 Mio. €). Der Anteil am Konzernumsatz erhöhte sich auf 17,1 % (Vorjahr: 15,0 %).

In **Asien** wurde ein organisches Umsatzwachstum von 8,4 % erreicht, insbesondere durch ein neues Projektgeschäft mit Produkten für die Elektronikindustrie. Gleichzeitig führte auch in dieser Region die Erholung im Automobilsektor zu Mehrgeschäft. Der Umsatz in Asien erhöhte sich nominal um 15,8 % auf 587 Mio. € (Vorjahr: 507 Mio. €). Der Anteil am Konzernumsatz erhöhte sich auf 35,2 % (Vorjahr: 33,9 %).

Das EBIT ohne Sondereffekte erhöhte sich insgesamt auf 278 Mio. € (Vorjahr: 253 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag bei 16,7 % (Vorjahr: 16,9 %). Die Sondereffekte im Unternehmensbereich tesa von 14 Mio. € (Vorjahr: 0 Mio. €) beinhalten im Wesentlichen eine Wertminderung auf den Goodwill von tesa Twinlock von 8 Mio. € sowie den Verlust aus dem Verkauf der tesa Labtec in Höhe von 6 Mio. €. Das Ergebnis nach Sondereffekten betrug 264 Mio. € (Vorjahr: 253 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite lag bei 15,8 % (Vorjahr: 16,8 %).

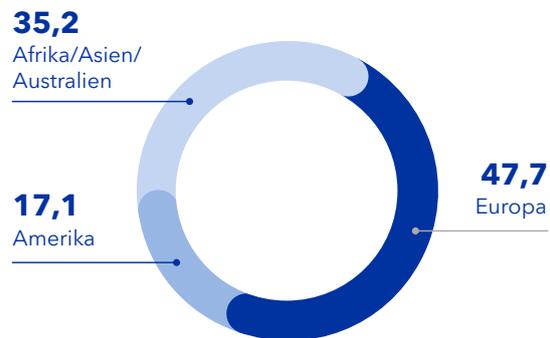
Umsatz tesa

(in Mio. €)



Umsatz tesa nach Regionen

(in %)



EBIT tesa

ohne Sondereffekte (in Mio. €)



Industry

Der Umsatz im Bereich tesa **Industry** konnte deutlich zulegen. Neben einem erfolgreichen Projektgeschäft im Bereich Consumer Electronics und in Folge der Erholung in den Automotive-Märkten trugen Preiserhöhungen in signifikantem Umfang zu dieser Entwicklung bei. Der Bereich Industry verzeichnete organisch ein Umsatzwachstum von 10,0 %. Nominal erhöhte sich der Umsatz um 13,3 % auf 1.297 Mio. € (Vorjahr: 1.145 Mio. €). Der Anteil des Bereichs Industry am Gesamtumsatz lag bei 77,8 % (Vorjahr: 76,4 %).

Im Bereich **Consumer Electronics** konnte tesa erneut stark wachsen und seine Position als wichtiger Anbieter innovativer Produkte und Lösungen für die Herstellung von Smartphones und Tablets weiter ausbauen. Die Sortimente zur Montage von Front- und Rückseitenmodulen sowie der Batterieverklebung konnten weiterentwickelt und in kund*innenindividuelle Lösungen überführt werden. In einem insgesamt stark rückläufigen Marktumfeld konnte tesa Marktanteile gewinnen.

Die Bereiche **Automobil** und **Electrical Systems** konnten im Jahr 2022 zweistellig wachsen. Hierzu trug zum einen ein starkes Marktwachstum in der zweiten Jahreshälfte gegen ein schwächeres Vorjahr bei, das durch Engpässe in der Halbleiterindustrie gekennzeichnet war. Zum anderen wuchs der Automobilbereich durch ein erfolgreiches Projektgeschäft in den Bereichen der Elektromobilität, insbesondere mit Klebelösungen für Komponenten zur Befestigung von Displays, für E-Batterien sowie für das Design von Fahrzeugen. Die gezielte Erweiterung des Produktsortiments in enger Kooperation

mit Automobilherstellern und -zulieferern sowie Investitionen in Forschung & Entwicklung werden weiter vorangetrieben und folgen der Transformation in der Automobilindustrie.

Im Bereich **Druck und Papier** konnte tesa seine Geschäftstätigkeit weiter ausbauen. Insbesondere das starke Produktportfolio im Bereich Flexo trug zum Wachstum bei. Dabei profitiert tesa weiterhin von einem global wachsenden Markt in der Verpackungsindustrie.

Die Geschäftstätigkeit im Bereich **Building Industries** war im abgelaufenen Geschäftsjahr rückläufig. Insbesondere die Marktentwicklung in den USA hat sich infolge der hohen Immobilienpreise, stark gestiegener Preise für Baumaterialien und gestiegener Zinsen eingetrübt. tesa ist hier mit luft- und wasserdichten Verklebungen in der Bau- und Bauzulieferindustrie aktiv.

Das Geschäft mit dem **industriellen Handel** ist im Jahr 2022 weltweit gewachsen. Eine gezielte Erweiterung des Produktportfolios um nachhaltige Klebebänder, ein Ausbau der Geschäftstätigkeit mit industriellen Convertern und umgesetzte Preiserhöhungen trugen zu dieser Entwicklung bei. Eine Eintrübung der Geschäftsentwicklung ist im vierten Quartal in Europa zu verzeichnen.

Zum tesa Angebot gehörte bis zum 30. September 2022 auch die Labtec GmbH mit Anwendungen für die Pharmaindustrie, die an das französische Unternehmen AdhexPharma veräußert wurde.

Consumer

Der Umsatz im Bereich **Consumer** erhöhte sich organisch um 5,1 %, was nominal einem Umsatzwachstum von 4,9 % auf 363 Mio. € (Vorjahr: 346 Mio. €) entspricht. Damit trug der Bereich im Berichtsjahr mit 21,8 % (Vorjahr: 23,1 %) zum Gesamtumsatz von tesa bei.

Das Geschäft mit privaten Endverbraucher*innen und professionellen Handwerker*innen ist in Europa moderat und in Lateinamerika deutlich gewachsen. Hierzu trugen sowohl signifikante Preisanpassungen als auch Produkteinführungen und erfolgreich realisierte Kund*innenprojekte bei.

Insbesondere die Vertriebskanäle für professionelle Handwerker*innen und der Schreibwarenbereich zeigten starkes Wachstum. Auch das Baumarktgeschäft, welches im Vorjahr teilweise von COVID-19-bedingten Marktschließungen geprägt war, trug zur positiven Umsatzentwicklung bei. Die E-Commerce Accounts konnten sich der negativen Marktentwicklung nicht entziehen und lagen unter dem durch starkes Marktwachstum beeinflussten Vorjahr.

Sortimentsseitige Wachstumstreiber waren v.a. tesamoll®, Verpackungsbänder sowie Maler- und Reparaturbänder. Für Letztere wurden das Sortiment und die Regalpräsentation im Baumarktbereich überarbeitet. In der Kategorie Badaccessoires vertreibt tesa Produkte, die sich mit der innovativen „nie wieder bohren“-Technologie einfach und schnell montieren lassen. Durch die Einführung neuer Produktvarianten, den Ausbau der Distribution, sowie Medienkampagnen konnte die Marktposition von tesa im Jahr 2022 weiter ausgebaut werden.

Vermögenslage

Bilanz Konzern

(in Mio. €)

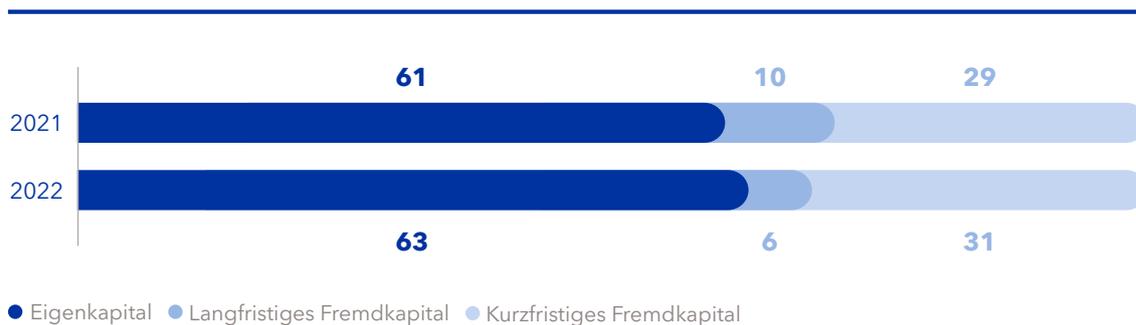
Aktiva	31.12.2021	31.12.2022
Langfristige Vermögenswerte	6.668	6.806
Vorräte	1.144	1.557
Übrige kurzfristige Vermögenswerte	2.451	2.905
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.036	1.080
	11.299	12.348
Passiva	31.12.2021	31.12.2022
Eigenkapital	6.894	7.805
Langfristige Rückstellungen	935	528
Langfristige Verbindlichkeiten	145	254
Kurzfristige Rückstellungen	582	614
Kurzfristige Verbindlichkeiten	2.743	3.147
	11.299	12.348

Die langfristigen Vermögenswerte stiegen um 138 Mio. € auf 6.806 Mio. € (Vorjahr: 6.668 Mio. €). Die langfristigen Wertpapiere reduzierten sich dabei um 753 Mio. € auf 3.184 Mio. € (Vorjahr: 3.937 Mio. €). Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte lagen bei 1.137 Mio. € (Vorjahr: 413 Mio. €). Davon entfielen 1.054 Mio. € (Vorjahr: 376 Mio. €) auf den Unternehmensbereich Consumer und 83 Mio. € (Vorjahr: 37 Mio. €) auf den Unternehmensbereich tesa. Die Investitionen betrafen im Wesentlichen die Chantecaille Akquisition (532 Mio. €), die Standortsicherung und -erweiterung sowie die Kapazitätsausweitung in den Produktionsstätten, aber auch den Bau der neuen Konzernzentrale. Die Abschreibungen lagen bei 287 Mio. € (Vorjahr: 287 Mio. €). Die Vorräte stiegen um 413 Mio. € auf 1.557 Mio. € (Vorjahr: 1.144 Mio. €). Die übrigen kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich auf 2.905 Mio. € (Vorjahr: 2.451 Mio. €). Darin enthalten sind kurzfristige Wertpapiere in Höhe von 771 Mio. € (Vorjahr: 616 Mio. €). Der Anstieg dieser Position ist im Wesentlichen auf Rückzahlungen bei Fälligkeit bei gleichzeitiger Umgliederung von langfristigen in kurzfristige Wertpapiere zurückzuführen. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich um 202 Mio. € auf 1.508 Mio. € (Vorjahr: 1.306 Mio. €). Die Ertragsteuerforderungen betragen 205 Mio. € (Vorjahr: 207 Mio. €), die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte stiegen um 41 Mio. € auf 239 Mio. € (Vorjahr: 198 Mio. €).

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erhöhten sich auf 1.080 Mio. € (Vorjahr: 1.036 Mio. €). Die Nettoliquidität (Zahlungsmittel, Zahlungsmitteläquivalente zuzüglich lang- und kurzfristiger Wertpapiere abzüglich lang- und kurzfristiger Leasingverbindlichkeiten sowie sonstige finanzielle Verbindlichkeiten) reduzierte sich um 589 Mio. € auf 4.477 Mio. € (Vorjahr: 5.066 Mio. €). Die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten erhöhten sich um 26 Mio. € auf 367 Mio. € (Vorjahr: 341 Mio. €). Kurzfristige Kreditaufnahmen werden weiterhin zur Unterstützung des Managements der Finanzanlagen und der Liquidität genutzt.

Finanzierungsstruktur

(in %)



Die Summe der langfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten lag bei 782 Mio. € (Vorjahr: 1.080 Mio. €). In dieser Position sind die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen enthalten, die sich im Wesentlichen durch die Erhöhung des Zinssatzes auf 382 Mio. € reduzierten (Vorjahr: 808 Mio. €). Im Zusammenhang damit stiegen die latenten Steuerverbindlichkeiten auf 137 Mio. € (Vorjahr: 38 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 436 Mio. € auf 3.761 Mio. € (Vorjahr: 3.325 Mio. €). Der Eigenkapitalanteil betrug 63 % (Vorjahr: 61 %). Der Anteil des langfristigen Fremdkapitals lag bei 6 % (Vorjahr: 10 %), der Anteil des kurzfristigen Fremdkapitals bei 31 % (Vorjahr: 29 %).

Finanzlage

Kapitalflussrechnung Konzern

(in Mio. €)

	2021	2022
Brutto-Cashflow	897	1.084
Mittelveränderung Nettoumlaufvermögen	96	-287
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	993	797
Cashflow aus investiver Tätigkeit	-845	-402
Free-Cashflow	148	395
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-141	-345
Sonstige Veränderungen	24	-6
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	31	44
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	1.005	1.036
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.12.	1.036	1.080

Der Brutto-Cashflow betrug im Berichtsjahr 1.084 Mio. € und lag damit um 187 Mio. € über dem Wert des Vorjahrs.

Aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens ergab sich ein Mittelabfluss in Höhe von 287 Mio. € (Vorjahr Mittelzufluss: 96 Mio. €). Dem Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und kurzfristigen Rückstellungen um 396 Mio. € stand der Anstieg der Vorräte um 395 Mio. € sowie der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte um 288 Mio. € gegenüber.

Der Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit betrug im Berichtsjahr 402 Mio. € (Vorjahr: 845 Mio. €). Den Nettoinvestitionszahlungen für den Verkauf von Wertpapieren in Höhe von 583 Mio. €, Zins- und sonstigen Finanzeinzahlungen in Höhe von 76 Mio. €, Einzahlungen aus dem Verkauf von

immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen in Höhe von 29 Mio. € sowie Einzahlungen aus dem Verkauf von Tochtergesellschaften in Höhe von 10 Mio. € standen Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 548 Mio. €, Auszahlungen für Unternehmenserwerbe in Höhe von 545 Mio. € sowie Auszahlungen für Investitionen in assoziierte Unternehmen und sonstige Beteiligungen in Höhe von 7 Mio. € gegenüber.

Der Free-Cashflow lag mit 395 Mio. € um 247 Mio. € über dem Wert des Vorjahrs (148 Mio. €). Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von 345 Mio. € (Vorjahr: 141 Mio. €) setzte sich aus der Auszahlung der Dividende der Beiersdorf AG in Höhe von 159 Mio. €, der Auszahlung zum Erwerb von Anteilen ohne beherrschenden Einfluss ohne Kontrollwechsel in Höhe von 72 Mio. € sowie sonstigen Finanzauszahlungen in Höhe von 114 Mio. € zusammen.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erreichten 1.080 Mio. € (Vorjahr: 1.036 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 29).

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage des Konzerns

		Ergebnis 2021	Prognose 2022 Geschäftsbericht 2021	Prognose 2022 H1-Bericht 2022	Prognose 2022 9M-Quartals- mitteilung 2022	Ergebnis 2022
Umsatzwachstum (organisch)						
Consumer	(in %)	8,8	im mittleren einstelligen Bereich	am oberen Ende des mittleren einstelligen Bereichs	9 - 10	10,5
tesa	(in %)	13,6	im mittleren einstelligen Bereich	im unteren bis mittleren einstelligen Bereich	7 - 9	8,8
Konzern	(in %)	9,7	im mittleren einstelligen Bereich	am oberen Ende des mittleren einstelligen Bereichs	9 - 10	10,2
EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte)						
Consumer	(in %)	12,1	leicht über dem Vorjahresniveau	leicht über dem Vorjahresniveau	leicht über dem Vorjahresniveau	12,3
tesa	(in %)	16,9	deutlich unter Vorjahr	deutlich unter Vorjahr	leicht unter Vorjahr	16,7
Konzern	(in %)	13,0	auf Vorjahresniveau	auf Vorjahresniveau	auf Vorjahresniveau	13,2

Der **Konzern** erreichte einen Umsatz von 8.799 Mio. € (Vorjahr: 7.627 Mio. €). Der Umsatz war organisch um 10,2 % über dem Vorjahreswert (Vorjahr: 9,7 %). Das EBIT ohne Sondereffekte erreichte 1.158 Mio. € (Vorjahr: 993 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag bei 13,2 % (Vorjahr: 13,0 %).

Der Unternehmensbereich **Consumer** blickt auf ein starkes Geschäftsjahr 2022 zurück. Dabei konnten sowohl die Umsätze als auch die Marktanteile gesteigert werden und gleichzeitig wurde weiter in die Strategie C.A.R.E.+ investiert. Ein besonderes Augenmerk liegt hierbei auf dem Bereich

Digitalisierung, ein Bereich, der den Erfolg auch mittel- und langfristig für die Beiersdorf AG sichern soll. Im laufenden Geschäftsjahr zeigten sich hier schon erste Erfolge. So konnten die Online-Umsätze signifikant gesteigert werden. Sie sind ein maßgeblicher Wachstumstreiber des Consumer-Geschäfts.

Insgesamt konnte der Consumer Bereich im Jahr 2022 ein organisches Umsatzwachstum von 10,5 % (Vorjahr: 8,8 %) erzielen. Das Wachstum von NIVEA war dabei breit gefächert, sowohl der Skin Care Bereich als auch der Personal Care Bereich konnten ein sehr gutes Wachstum erzielen. Im Skin Care Bereich wuchs unter anderem die Unterkategorie Sonnenpflege stark, aber auch der Gesichtspflegebereich konnte sich dank starker Innovationen sehr positiv entwickeln. Der Dermabereich konnte seine Erfolgsgeschichte aus 2021 ebenso fortsetzen und wuchs dank Innovationen und einem guten Online-Geschäft erneut stark zweistellig organisch. Auch der Healthcare Bereich wuchs erneut zweistellig und liegt weit über dem Vor-Corona-Niveau von 2019. Trotz einer volatilen Performance von La Prairie innerhalb des Jahres 2022, welche stark von den politischen Entscheidungen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie in China abhing, konnte der organische Umsatz für das Gesamtjahr 2022 leicht gesteigert werden. Insgesamt ist im Consumer Bereich besonders das signifikante Umsatzwachstum in Lateinamerika und den USA hervorzuheben. Das betriebliche Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte) und die entsprechende EBIT-Umsatzrendite konnten trotz signifikanter Investitionen zur Umsetzung der Strategie und stark gestiegener Rohstoffkosten leicht gesteigert werden. Für Consumer lag die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte bei 12,3 % (Vorjahr: 12,1 %).

Der Unternehmensbereich tesa konnte 2022 in einem schwierigen globalen Marktumfeld - beeinflusst von den Auswirkungen des Ukraine-Kriegs sowie weiterhin auch von der COVID-19-Pandemie - ein organisches Umsatzwachstum von 8,8 % (Vorjahr: 13,6 %) erzielen. Dabei verzeichneten sowohl das Industriegeschäft, das die direkten Geschäfte mit Industriekunden und dem industriellen Handel abbildet, als auch der Bereich Consumer, der die Umsätze mit Endverbraucher*innen und Handwerker*innen beinhaltet, eine deutliche Umsatzsteigerung. Insbesondere die Geschäftsfelder Electronics und Automotive zeigten eine deutlich positive Umsatzentwicklung. Für tesa lag die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte bei 16,7 % (Vorjahr: 16,9 %).

Beiersdorf AG

Geschäftstätigkeit

Die Beiersdorf AG mit Sitz in Hamburg ist das Mutterunternehmen des Beiersdorf Konzerns. Zum 31. Dezember 2022 beschäftigte die Beiersdorf AG 2.415 (Vorjahr: 2.412) Mitarbeitende. Die Anzahl der in dieser Zahl nicht enthaltenen Auszubildenden und Trainees lag bei 115 (Vorjahr: 121).

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 Beteiligungsportfolio und ist direkt oder indirekt Mutterunternehmen für über 200 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 unternehmensübergreifend 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 mit dem Krieg in der Ukraine sowie der globalen COVID-19-Pandemie einhergehenden bzw. darauf basierenden wirtschaftlichen Krisen, Volatilitäten und Engpasssituationen in den für uns wesentlichen Beschaffungs-, Transport- und Absatzmärkten, 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. €)

	2021	2022
Umsatzerlöse	1.336	1.429
Sonstige betriebliche Erträge	35	47
Materialaufwand	-286	-306
Personalaufwand	-332	-331
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-41	-41
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-727	-797
Betriebsergebnis	-15	1
Beteiligungsergebnis	212	352
Zinsergebnis	-45	-19
Übrige finanzielle Erträge und Aufwendungen	3	1
Finanzergebnis	170	334
Ergebnis vor Steuern	155	335
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-32	-27
Jahresüberschuss	123	308
Einstellung in andere Gewinnrücklagen	-	-132
Entnahme aus anderen Gewinnrücklagen	53	-
Bilanzgewinn	176	176

Die **Umsatzerlöse** der Beiersdorf AG stiegen im Berichtsjahr um 93 Mio. € auf 1.429 Mio. € (Vorjahr: 1.336 Mio. €). Dabei entwickelten sich die Produktumsätze von Aquaphor, NIVEA Sun und Eucerin besonders erfreulich. In Deutschland wurden 1.023 Mio. € (Vorjahr: 988 Mio. €) der Umsatzerlöse erzielt, im Ausland 406 Mio. € (Vorjahr: 348 Mio. €).

Das **Betriebsergebnis** stieg aufgrund deutlich höheren Umsatzerlösen und verbesserten sonstigen betrieblichen Erträgen bei proportional gestiegenen Marketingaufwendungen um 16 Mio. € auf 1 Mio. €.

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 164 Mio. €. Der Anstieg resultiert aus einem deutlich höheren Beteiligungsergebnis mit einem Plus von 140 Mio. € und einem um 26 Mio. € verbesserten Zinsergebnis, während sich das übrige finanzielle Ergebnis um 2 Mio. € verschlechterte.

Das **Ergebnis vor Steuern** lag dementsprechend bei einem Plus von 180 Mio. € mit 335 Mio. € deutlich über dem Vorjahresergebnis.

Der **Jahresüberschuss** erreichte 308 Mio. € (Vorjahr: 123 Mio. €) und übertraf damit um 185 Mio. € den Vorjahreswert.

Vermögens- und Finanzlage Beiersdorf AG

Bilanz der Beiersdorf AG nach HGB

(in Mio. €)

Aktiva	31.12.2021	31.12.2022
Immaterielle Vermögensgegenstände	140	110
Sachanlagen	139	193
Finanzanlagen	6.328	5.879
Anlagevermögen	6.607	6.182
Vorräte	4	4
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	693	896
Wertpapiere	82	82
Flüssige Mittel	1	18
Umlaufvermögen	780	1.000
Rechnungsabgrenzungsposten	6	7
Aktive latente Steuern	98	102
	7.491	7.291
Passiva	31.12.2021	31.12.2022
Eigenkapital	2.764	2.913
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	656	643
Übrige Rückstellungen	305	329
Rückstellungen	961	972
Verbindlichkeiten	3.766	3.406
	7.491	7.291

Das **Anlagevermögen** sank im Vergleich zum Vorjahr deutlich um 425 Mio. €. Dieser Rückgang ist im Wesentlichen aufgrund der Fälligkeit und dem Verkauf von langfristigen Staats- und Industrieanleihen zurückzuführen. Bei den Zugängen in Sachanlagen von 66 Mio. € stehen 43 Mio. € im Zusammenhang mit der Fertigstellung und Inbetriebnahme eines Gebäudes nebst Außenanlagen und Betriebsvorrichtungen im Rahmen des Projektes „New Beiersdorf Campus“. Den Investitionen in Sachanlagen standen Abschreibungen von 12 Mio. € gegenüber.

Das **Umlaufvermögen** vermehrte sich im Geschäftsjahr um 220 Mio. € auf 1.000 Mio. €. Darin enthalten sind wie im Vorjahr kurzfristige Wertpapiere in Höhe von 82 Mio. €. Der starke Anstieg in den Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen von 203 Mio. € resultiert im Wesentlichen aus höheren Finanzforderungen gegenüber verbundenen Unternehmen.

Die **Verbindlichkeiten** sind dagegen im Vergleich zum Vorjahr deutlich um 360 Mio. € auf 3.406 Mio. € gesunken. Dies ist im Wesentlichen durch einen Rückgang von Finanzverbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen begründet.

Das in der Bilanz ausgewiesene Gesamtvermögen von 7.291 Mio. € (Vorjahr: 7.491 Mio. €) ist in Höhe von 2.913 Mio. € (Vorjahr: 2.764 Mio. €) und damit zu 40 % (Vorjahr: 37 %) durch **Eigenkapital** finanziert.

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

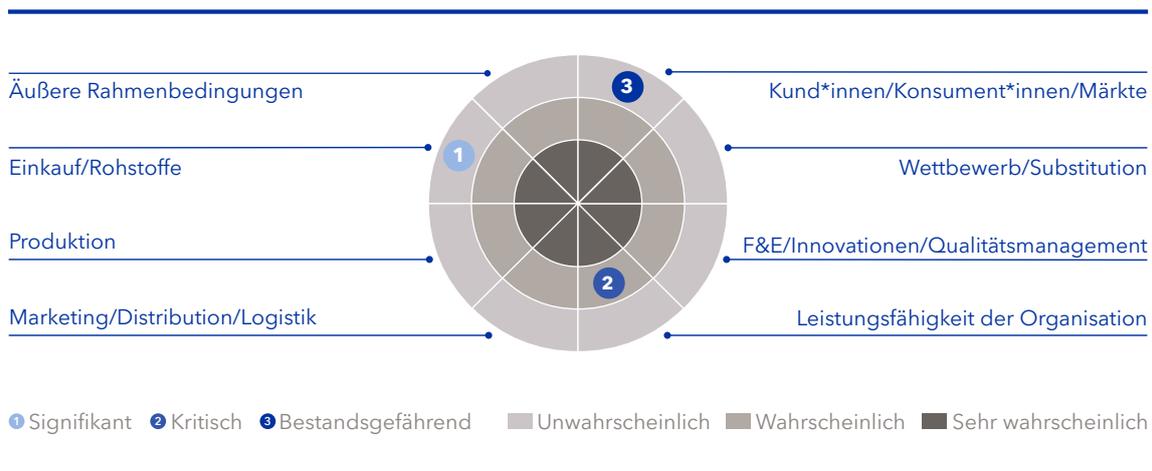
Risikobericht

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.

Beiersdorf Risiko-Radar

Schematische Darstellung



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 Chancenmanagement durch die jeweiligen rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsysteme, die verschiedenen in- und externen Überwachungsgremien – unterstützt von der internen Revision – sowie die externen Prüfer*innen. 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, auch stets unter Risikoaspekten zu analysieren und optimal auszuschöpfen. So ermöglichen beispielsweise regelmäßig durchgeführte Kund*innen- 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.

Beiersdorf Risikodarstellung

	Eintrittswahrscheinlichkeit	Potenzielle finanzielle Auswirkung
Strategische Risiken	Unwahrscheinlich	Signifikant
	Wahrscheinlich	Kritisch
	Sehr wahrscheinlich	Bestandsgefährdend
Funktionale & operative Risiken	Unwahrscheinlich (≤ 10 %)	Gering
	Möglich (10 % < - ≤ 50 %)	Mittel
	Wahrscheinlich (50 % < - ≤ 90 %)	Erheblich
	Fast sicher (> 90 %)	Schwerwiegend

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 nichtfinanziellen 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.

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. Eine kontinuierliche gegenseitige Information mit der Funktion Corporate Development fördert zusätzlich die Berücksichtigung der Risikoaspekte bei der Unterstützung der Unternehmensführung. Auch steht das zentrale Risikomanagement im kontinuierlichen Austausch mit den Task Forces zu wesentlichen Themen wie dem Krieg in der Ukraine oder weiterhin der globalen COVID-19-Pandemie.

In der Berichtsperiode wurde ein neues, den Vorstand beratendes Gremium geschaffen, das sogenannte Corporate Risk Board, und mit leitenden Personen wichtiger, meist global verantwortlicher Konzernbereiche aus mehreren Ressorts besetzt (Marketing, Qualitätsmanagement, interne Revision, Kommunikation, Nachhaltigkeit, Konzernrechnungslegung, IT-Security, Recht). Auftrag dieses Gremiums ist die breit angelegte Sammlung, vertiefte Bewertung und zusammengefasste Darstellung der verschiedenen, teils bereits bekannten, aber auch neu im Gremium erhobenen Risiken. Auf Basis der Einbringung vielschichtiger Perspektiven dient es Beiersdorf so als wichtige, sogenannte kollektive Intelligenz, die eine weitere Verbesserung und Ergänzung im Rahmen der Analyse wesentlicher Risiken ermöglichen wird.

Wie bereits im Vorjahr haben sich Vorstand und Aufsichtsrat bei der Auseinandersetzung mit den wesentlichen Risiken und Chancen intensiv mit dem Vergleich des aktualisierten, qualitativ und quantitativ aggregierten Risikoportfolios zur finanziellen, ebenfalls aktualisierten Gesamt-Risikotragfähigkeit beschäftigt. Dabei war das Ziel erneut, zu ermitteln, ob auf dieser Basis die bisherige Gesamtbeurteilung der Risikolage (siehe unten) verändert werden müsste.

Zur Sicherstellung einer höchstmöglichen Transparenz und Nachvollziehbarkeit wird die finanzielle Risikotragfähigkeit von Beiersdorf auf Basis der durchschnittlichen Nettoliquidität ermittelt (zur Ermittlung siehe Kapitel zur Vermögenslage). Dabei wird 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, Verringerung der beabsichtigten Investitionen in den Markt oder die Erhaltung / der 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 des Jahres 2022.

Als Ergebnis des Vergleichs der Risikolage mit der entsprechenden Tragfähigkeit lässt sich festhalten, dass das derzeitige, im Berichtsjahr neu bewertete Risikoportfolio im relevanten Betrachtungszeitraum der nächsten zwei Jahre selbst bei einem vollständigen und gleichzeitigen Eintreten aller Einzelrisiken weiterhin nicht im Stande wäre, auch nur annähernd eine bestandsgefährdende finanzielle Situation herbeizuführen.

Darstellung der wesentlichen Risiken und Chancen

Strategische und funktionale Risiken und Chancen

Die im Berichtsjahr 2022 neu aufgetretenen bzw. sich teils deutlich verschärften wirtschaftlichen und politischen globalen Rahmenbedingungen haben zu einer umfangreichen Überprüfung unserer Einschätzungen der strategischen Risiken geführt. Als ein Ergebnis dieser Prüfung haben wir die in ihrer Definition teilweise nachgeschärften Risiken im Vergleich zum Vorjahr quantitativ höher eingeschätzt. Zum anderen haben wir im Rahmen der vorsichtigeren Herangehensweise die bisher über unsere mittelfristigen Planungen hinausgehenden Chancen aktuell aus der quantitativen Nettoermittlung des Risikoportfolios komplett herausgenommen. Weiterhin haben wir einzelne Risikoaspekte, die wir eher zu den tagtäglichen, geschäftsmodellimmanenten Herausforderungen zählen, denen wir uns kontinuierlich stellen, aus den Definitionen strategischer Risiken entfernt, da diese in unseren finanziellen Planungen in aller Regel bereits erfasst sind. Hierzu zählen u. a. immer wieder uns beschäftigende Auseinandersetzungen bei Preisfestsetzungen mit dem Handel und vielfältige Angriffe des Wettbewerbs auf unsere Marken und Produkte, insbesondere die Verteidigung unserer Markenrechte und Produktversprechen.

Erhalt und Ausbau des Werts unserer großen verbraucher*innennahen 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, schnell und wirkungsvoll reagieren zu können. Wir gehen davon aus, dass dies, gemeinsam mit allen im Folgenden beschriebenen Aktivitäten zur Optimierung der Qualität unserer Produkte und unseres gesamten Marktauftritts dazu beitragen kann, dass es bei trotz allem auftretenden möglichen Reputationsproblemen zu keinem kritischen Sachverhalt kommen kann. Dies gilt gleichermaßen für unsere Marken wie auch für unser Unternehmen als Ganzes. 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, **Risiken für die Reputation unserer Marken und unseres Unternehmens** insgesamt als lediglich signifikant und unwahrscheinlich einzustufen.

Die sich verändernden Wünsche und Verhaltensweisen unserer Kund*innen, insbesondere aber der Konsument*innen haben wir im Rahmen der Schärfung der strategischen Risikodarstellung in diesem Geschäftsbericht nunmehr deutlicher thematisch voneinander abgegrenzt. Die weiterwachsenden Erwartungen in Bezug auf die Digitalisierung einerseits und andererseits die Anforderungen, denen wir uns im Verhältnis zur Öffentlichkeit in den Bereichen Nachhaltigkeit, Umweltschutz und allgemeiner Unternehmensführung (auch bezeichnet als ESG-Anforderungen) stellen, erfordern ganz unterschiedliche Aktivitäten zu ihrer erfolgreichen Bewältigung.

In der abgelaufenen Periode haben wir die Kontaktmöglichkeiten insbesondere mit unseren Endkund*innen weiter ausgebaut. Hierzu nutzen wir eine wachsende Anzahl von Plattformen in den Bereichen E-Commerce, Social Media und die direkte Ansprache durch eigene Internetauftritte sowie weitere immer vielfältigere Instrumente bis hin zu einzelnen sehr breit wahrgenommen Aktionen der direkten Kontakt- und Austauschmöglichkeit mit unserem Topmanagement. Daneben unterstützen wir unsere direkten Handelspartner*innen in vielfältiger Weise durch eine kontinuierliche Ausweitung der elektronischen Austauschmöglichkeiten verknüpft mit zum Beispiel teils wechselseitigen Hinweisen auf Internetauftritte.

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“. Die im Vorjahr verkündete neue Plastikkreislaufstrategie setzen wir ebenso konsequent fort wie auch unsere Bestrebungen zur Entwicklung und dem Einsatz nachhaltiger Verpackungs- und Nutzungskonzepte. Gleichzeitig stärken wir auch das Bewusstsein unserer Mitarbeitenden und Führungskräfte durch eine ausführliche Berichterstattung über die vielfältigen sowohl dezentralen als auch firmenweiten Aktivitäten, die sich sowohl mit dem Thema Umwelt und Nachhaltigkeit, angefangen von lokalen Umweltschutzaktionen in diversen internationalen Tochtergesellschaften bis hin zu einem firmenweiten Nachhaltigkeits-Summit, als auch mit dem klaren Bekenntnis zu Diversity und Inclusion beschäftigen.

Trotz der genannten Unterschiede schätzen wir **Risiken sowohl aus dem sich verändernden Verhalten der Konsument*innen aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung als auch der stetig steigenden öffentlichen Erwartungen an uns in Bezug auf Umweltschutz, Nachhaltigkeit und unserem Verhalten als „Corporate Citizen“** weiterhin jeweils als kritisch und wahrscheinlich ein.

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, haben sie jedoch im Rahmen einer vorsichtigen Einschätzung aus der Ermittlung des Nettorisikoportfolios herausgenommen.

In der Berichtsperiode hat sich die **globale politische Lage** - teils erheblich - weiter verschlechtert. Insbesondere der Krieg in der Ukraine sowie die teils immer noch mit den Auswirkungen der Pandemie verbundenen Beschränkungen, ergänzt durch Spannungen sowohl im chinesisch-amerikanischen als auch im amerikanisch-europäischen Verhältnis, behindern die weitere Entwicklung in einigen der Märkte, in denen wir tätig sind. Wir haben die nach unserer bestmöglichen Einschätzung konkreten Negativauswirkungen in unseren Planungen entsprechend berücksichtigt, betrachten die damit verbundenen, verbleibenden Risiken insgesamt jedoch als kritisch und sehr wahrscheinlich.

Risiken in der Beschaffung bezüglich Verfügbarkeit, Liefertreue und dem in der Betrachtungsperiode weiter stark gestiegenen Kosten bei Rohstoffen, Packmaterialien und sonstigen Einsatzprodukten, natürlichen Ressourcen und Energie sowie der Inanspruchnahme von Dienstleistungen begegnen wir sowohl durch ein kontinuierliches Monitoring unserer Märkte und Lieferanten 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 Lieferantenportfolios ebenso wie interne Programme, die die Agilität der gesamten Wertschöpfungskette und deren Resilienz bei Störungen sicherstellen sollen. Daneben sind wir im Rahmen der Fortsetzung unseres

breit angelegten „Value Engineering“-Projekts weiterhin auf der intensiven Suche nach Kostensenkungspotenzialen im gesamten Wertschöpfungsprozess. Neben den in unseren Planungen bereits enthaltenen Erwartungen schätzen wir die zusätzlichen strategischen bzw. funktionalen Risiken im Zusammenhang mit der Verfügbarkeit und der Preisentwicklung auf der Beschaffungsseite insgesamt als kritisch bzw. erheblich, aber unwahrscheinlich ein.

Das Risiko aus der Bedrohung unserer und der IT-Systeme unserer direkten Geschäftspartner*innen haben wir im Rahmen der Überprüfung unserer strategischen Risiken nunmehr mit anderen, ähnlich wirkenden **Zugangsbeschränkungen bzw. der Nichtverfügbarkeiten kritischer Infrastruktur** zusammengefasst. Hierzu zählen wir sowohl verschiedene IT-bezogene Themen wie den teilweisen oder vollständigen Ausfall des Internets als auch Einschränkungen zum Beispiel der physischen Transportmöglichkeiten.

Dabei konnten wir uns auch im Jahr 2022 erfolgreich gegen direkte und indirekte Angriffe auf unsere eigenen IT-Systeme durch weitergehende Verbesserungen der IT-Infrastruktur, die steigende Nutzung von Cloudservices bei gleichzeitig weiter steigender Standardisierung unserer Anwendungssysteme in allen Bereichen sowie vielfältige Absicherungsmechanismen der mobilen Arbeitsweise im Rahmen des Homeoffice wehren. Daneben statten wir zum Beispiel unsere wertschöpfungsrelevanten IT- und Produktionsstätten mit Notstromaggregaten und autonomen Energiegewinnungsanlagen aus, die zumindest teilweise etwaige Ausfälle abfedern können. Wir ordnen Risiken aus diesem Bereich insgesamt für Beiersdorf als lediglich signifikant, aber weiterhin als wahrscheinlich ein.

In einer weiteren teilweisen Überarbeitung unserer Risikodarstellung haben wir **externe Risiken aus stetig steigenden regulatorischen Anforderungen** nunmehr themenübergreifend zusammengefasst. Wir beziehen uns dabei sowohl auf verschärfte Vorschriften zu Einsatz und Verwendung von bestimmten Rohstoffen und Packmaterialien als auch z. B. auf die Entwicklung von stetig wachsenden Informations- und Dokumentationspflichten bei Datenschutz und Verbraucher*innenkontakten. Wir bewältigen diese Herausforderungen im ersten genannten Fall durch die Forschungs- und Entwicklungsarbeit, die wir durch spezialisierte Regulatory Affairs Funktionen wirksam und vorausschauend so unterstützen, dass wir zum Beispiel ein potenzielles, kurzfristig anberaumtes Verbot bestimmter Einsatzstoffe durch geeignete Alternativformulierungen rechtzeitig beantworten können. Trotzdem können wir das Risiko, das wir trotz aller o.g. Vorkehrungen ggf. nicht rechtzeitig in der Lage wären, diese in unseren Rezepturen kurzfristig zu ersetzen, nicht vollständig ausschließen und bewerten dies Risiko, wie gewohnt vorsichtig, gemäß unseren Ordnungskriterien als wahrscheinlich, wenn auch nur signifikant.

Zum anderen hilft uns das nun schon seit einigen Jahren erfolgreich europaweit im Einsatz befindliche Datenschutzsystem, einen sicheren Umgang mit sensiblen Daten unseres Unternehmens und unserer Geschäftspartner*innen und Konsument*innen kontinuierlich zu gewährleisten, z. B. bei der Entwicklung und Nutzung unserer Auftritte in den sozialen Medien oder bei der Entwicklung neuer Softwarelösungen. Ergänzt werden diese Bemühungen durch klare interne Verhaltensregeln, transparente Führungsstrukturen, begleitet von umfangreichen Schulungs- und Kontrollaktivitäten, sowie im Fall des Datenschutzes, weiterer Unternehmungen zum weltweiten Rollout. Risiken aus den hier genannten Themenkreisen schätzen wir weiterhin als lediglich signifikant und 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 aktuell kein wesentliches Risiko dar. Aufgrund u. a. der demografischen Entwicklung und des allgemein drohenden Fachkräftemangels werden wir das Thema sehr genau

beobachten und sind dabei, vielfältige und geeignete Maßnahmen zu ergreifen, um Beiersdorf auch weiterhin als interessantes arbeitgebendes Unternehmen zu positionieren.

Ein detailliertes Monitoring unserer Kund*innenbeziehungen sowie ein aktives Forderungsmanagement wirken **Risiken durch Forderungsausfälle** entgegen. Die im Vorjahr neu aufgestellte Warenkreditversicherung versetzt uns weiterhin in die Lage, eine Absicherung auf globaler Basis und zu sehr guten Konditionen anzubieten und gleichzeitig qualitativ hochwertige Risikoeinschätzungen zu nutzen. 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. Vor diesem Hintergrund ergibt sich auch hier insgesamt kein wesentliches Risikopotenzial.

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. Aufgrund der allgemein gestiegenen Volatilität schätzen wir **Marktrisiken aus der Anlage unserer freien Liquidität** daher aktuell als signifikant, jedoch aufgrund unserer oben beschriebenen Maßnahmen weiterhin als 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 29 „Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten, Finanzrisikomanagement und derivativen Finanzinstrumenten“.

Kurzfristige operative Risiken und Chancen

Wie in vielen anderen Themenfeldern auch, stellen die mit dem **Krieg in der Ukraine** sowie der globalen **COVID-19-Pandemie** einhergehenden bzw. darauf basierenden wirtschaftlichen Krisen, Volatilitäten und Engpasssituationen in den für uns wesentlichen Beschaffungs-, Transport- und Absatzmärkten weiterhin die bestimmenden Faktoren bei der Analyse und Bewertung der operativen Risiken dar. Insbesondere die fortgesetzten Materialpreissteigerungen mit weiter nicht vollständig abschätzbaren Entwicklungen 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 zusätzliche signifikante Risiken weiterhin als unwahrscheinlich 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 grundsätzlich schwerwiegenden Folgen, die wir in dieser Ausprägung jedoch weiterhin als unwahrscheinlich betrachten, 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 keine wesentliche Belastungen für den Konzern zu erwarten, die als wahrscheinlich einzuschätzen wären.

Weitere Informationen und Einzelheiten zum Ausmaß der hier beschriebenen Risiken finden sich im Konzernanhang im Abschnitt 30 „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 Ressort- und Gesamtvorstandsebene sowie anschließend im Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats 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 regelmäßig 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 grundlegende Einschätzung der Eintrittswahrscheinlichkeit der wesentlichen Risiken sowohl in der Einzelbetrachtung wie auch gesamthaft nicht verändert. Und auch wenn wir unsere Einschätzungen der möglichen finanziellen Auswirkungen bei Eintritt dieser Risiken teilweise merkbar erhöht haben, hat sich insgesamt kein Erfordernis zur qualitativen Neupositionierung speziell der strategischen Risiken ergeben.

Auch unter Berücksichtigung dieser aktualisierten Einschätzungen ergibt sich aktuell keine grundlegende Änderung unserer Bewertung der gesamthaften Risikolage. Wie im Vorjahr wurde diese Bewertung untermauert durch eine Gegenüberstellung des aktuellen, quantitativ wie qualitativ aggregierten Risiko-Gesamtportfolios mit der sehr konservativ ermittelten und aufgrund u. a. der weiter verbesserten Liquiditätslage des Konzerns leicht erhöhten aktuellen Risikotragfähigkeit des Beiersdorf Konzerns. Beiersdorf sieht sich damit auch zu diesem Zeitpunkt in der Überzeugung bestärkt, dass keine bestandsgefährdenden Risiken - weder für den Beiersdorf Konzern insgesamt noch für einzelne Segmente unseres Geschäfts - 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 in- und externe 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.

Angemessenheit und Wirksamkeit der internen Kontroll- und Risikomanagementsysteme¹

Neben den kontinuierlich und systematisch von der internen Revision zentral und dezentral geprüften rechnungslegungsbezogenen Prozessen, Risikofrüherkennungs- und -überwachungssystemen mit ihren entsprechenden Kontrollen verfügt Beiersdorf darüber hinaus in allen wesentlichen, für einen ordentlichen und gesetzeskonformen Betrieb erforderlichen Bereichen inkl. der bereichsübergreifenden Prozesse (z.B. in R & D, Produktion & Logistik, Qualitätsmanagement, aber ebenso in Marketing und Vertrieb, sowie speziell im integrierten, praktisch alle Unternehmensfunktionen einbeziehenden Innovationsprozess) über umfangreiche interne Regelungen, Vorschriften und Prozesse, die regelmäßig kommuniziert, auf ihre Einhaltung hin überprüft, ggf. aktualisiert und kontinuierlich in Schulungen

¹ Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

vermittelt werden. Auch für die Nachhaltigkeitsaspekte haben wir entsprechende Erfassungs- und Kontrollmechanismen entwickelt. Mit der Überwachung und Kontrolle dieser Systeme befasst sich der Vorstand fortlaufend, auch in enger Abstimmung mit der internen Revision. Der Vorstand wird seinerseits durch den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats in Fragen der Angemessenheit und Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems und des internen Revisionsystems regelmäßig beraten und überwacht. Hieraus hat sich zuletzt kein wesentlicher Anpassungs- oder Verbesserungsbedarf hinsichtlich dieser Systeme ergeben. Beiersdorf hat daher keinen Grund anzunehmen, dass in den relevanten Unternehmensbereichen und Themengebieten keine angemessenen oder nicht wirksame interne Kontroll- und Risikomanagementsysteme vorlägen.

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 Geschäftssteuerung sowie der präventiven und detektiven Kontrollen genutzt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde ein standardisiertes Monitoring-System eingeführt, das die globale Überwachung der Durchführung der Kontrollen zunächst in den Kerngeschäftsprozessen Order-to-Cash sowie Purchase-to-Pay ermöglicht. Der Einsatz des Systems wird 2023 weiter verfeinert und ausgebaut.

Des Weiteren beurteilt die Konzernabschlussprüfer*innen gemäß § 317 Abs. 4 HGB sowie § 91 Abs. 2 AktG die Funktionsfähigkeit des Risikofrüherkennungs- und -überwachungssystems. Die interne Revision sowie der Konzernabschlussprüfer*innen 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 Revisionsystems. Dabei werden neben Standardberichten regelmäßig auch vertiefende Analysen zu einzelnen Grundsatz- und/oder aktuell relevanten Themen zur Information herangezogen.

Prognosebericht

Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenfaktoren

Wie schon die Jahre zuvor unterliegt die **Weltwirtschaft** auch im Jahr 2023 großen Unsicherheiten. Insbesondere das Potenzial politischer Konflikte stellen Risiken für die Weltwirtschaft im kommenden Jahr dar. Der russische Krieg gegen die Ukraine wirkte bereits negativ auf die Weltwirtschaft. Ebenfalls unklar ist die weitere Entwicklung des Konflikts. Daher kann nicht ausgeschlossen werden, dass die ohnehin schon schwierige wirtschaftliche Situation sich weiter verschlimmert. Geldpolitisch wird weiter von einer globalen Straffung ausgegangen, wodurch sich eine globale Rezession abzeichnet. Jedoch wird erwartet, dass diese eher mild ausfallen wird und keinen ökonomischen Kollaps verursacht. Sollten die amerikanische und die europäische Zentralbank im Frühjahr auf den Rückgang der Inflation mit einem Ende des Zinserhöhungszyklus reagieren, werden die Anleiherenditen wieder fallen. Positiv zu beobachten ist, dass China von der Null-Covid-Politik abrückt. Es ist davon auszugehen, dass sich die Probleme hinsichtlich Lieferketten weiter entspannen werden.

Zwar ist davon auszugehen, dass sich die **europäische** Wirtschaft begleitet von einer weiterhin hohen Inflation und steigenden Zinsen durch die Europäische Zentralbank in eine milde Rezession entwickeln wird.

Es ist jedoch kein "Kollaps" der Konjunktur zu erwarten. Das hat zum einen damit zu tun, dass die Gasversorgung, als eine wichtige Energiequelle, gesichert scheint. Zum anderen wird es politische Hilfen für Unternehmen und Bürger*innen geben. Durch die Entspannung der Lieferkettenproblematik wird die europäische Wirtschaft in die Lage versetzt, angestaute Aufträge abzuwickeln. All diese Faktoren werden sich mildernd auf das schlechte wirtschaftliche Umfeld auswirken. Nichtsdestotrotz werden private Ausgaben, Anlageinvestition sowie das Ex- und Importgeschäft im Vergleich zu den Vorjahren voraussichtlich zurückgehen. Außerdem wird von einem steigenden Druck auf die Lohn- und Gehaltsstruktur ausgegangen, da die Gewerkschaften anstreben werden, in Tarifverhandlungen die Inflation auszugleichen.

Im Jahr 2023 wird für **Deutschland** mit einem Rückgang des Bruttoinlandprodukts und einer Inflationsrate im einstelligen Bereich gerechnet. Es ist zu erwarten, dass die Energiepreise im Jahr 2023 wieder sinken werden. Daher werden nicht mehr die Kosten für Energie als wesentlicher Inflations-treiber erwartet, sondern das hohe Niveau der Lebensmittelkosten. Außerdem ist davon auszugehen, dass das produzierende Gewerbe die gestiegenen Produktionskosten bisher noch nicht vollständig an die Konsument*innen weitergegeben hat, was weitere Preissprünge für 2023 erwarten lässt. Grundsätzlich ist durch die übliche Wirkungsverzögerung der Geldpolitik in die Realwirtschaft, mit einer schwächeren Konjunktur im Frühjahr 2023 zu rechnen. Grundsätzlich wird jedoch ein milder Rezessionsverlauf für die deutsche Wirtschaft erwartet.

Durch das versetzte Wirken von Geldpolitik wird Anfang 2023 von einer schwächeren Entwicklung der **US-amerikanischen** Wirtschaft ausgegangen. Obwohl die Inflationsrate abgeschwächt werden konnte, wird diese auch in 2023 bemerkbar bleiben. Die Wirkung der bereits vorgenommenen Zinsschritte wird sich erst langsam in der Realwirtschaft bemerkbar machen. Erst am Ende des kommenden Fiskaljahres dürfte sich die erste Leitzinssenkung durch die Federal Reserve andeuten. Beachtlich war jedoch schon das starke letzte Quartal 2022 der amerikanischen Wirtschaft. Wachstumstreiber war insbesondere der private Konsum. Daher ist davon auszugehen, dass eine sich anbahnende Rezession eher milde ausfallen wird. Die Immobilienwirtschaft ausgenommen, haben die meisten Wirtschaftssektoren in den USA die restriktivere Geldpolitik gut verkraftet.

Die **japanische** Wirtschaft wird im Jahr 2023 voraussichtlich knapp unter dem Vorjahresniveau wachsen. Es ist davon auszugehen, dass das Konsumverhalten durch den globalen Preisanstieg weiterhin getrübt wird. Gleichzeitig kann jedoch von rückläufigen Energiepreisen ausgegangen werden und auch Unterstützungsprogramme wurden von der japanischen Regierung beschlossen. Das könnte finanziellen Druck von den Verbraucher*innen nehmen und sich positiv auf das Konsumverhalten auswirken.

Auch die **Wachstumsmärkte** bewegen sich ökonomisch im Rahmen der schwächelnden Weltwirtschaft. Gleichzeitig bieten sich Chancen, sich gut für die Zukunft zu positionieren und die Wirtschaft neu auszurichten. Die abrupte Abkehr von der Null-Covid-Politik der **chinesischen** Regierung kann zu erhöhten Infektionszahlen führen, welche insbesondere zu Beginn des Jahres 2023 das Wirtschaftswachstum dämpfen könnten. Ab dem zweiten Quartal des Jahres 2023 kann jedoch davon ausgegangen werden, dass die Wirtschaftstätigkeit Chinas sich wieder normalisieren wird. Außerdem ist zu erwarten, dass sich die Belastungen der chinesischen Immobilienwirtschaft dank staatlicher Unterstützungsmaßnahmen im Jahr 2023 verringern werden. Es wird davon ausgegangen, dass **Russland** einen erheblichen Inflationsanstieg erleben wird. Im Zusammenspiel mit dem Weiterwirken der Sanktionen gegen Russland ist von einer schrumpfenden Wirtschaftsleistung auszugehen. In **Brasilien** werden die angespannten finanziellen Bedingungen das ohnehin schon schwache Wachstum weiter belasten. Gleichzeitig wird erwartet, dass der schwache finanzpolitische Kurs noch weiter gelockert wird, da die neue Regierung um Präsident Lula Sozialausgaben priorisiert. Den **südostasiatischen Schwellenländern** steht im Jahr 2023 eine profitable Trendwende im Dienstleistungssektor bevor. Zwar bewegen sie sich innerhalb eines angespannten weltwirtschaftlichen Rahmens, jedoch kann davon ausgegangen werden, dass ein leichtes Wirtschaftswachstum zu beobachten sein wird. Für die

indische Volkswirtschaft wird ein sinkendes Wachstum des Bruttoinlandsprodukts prognostiziert. Ursächlich werden im Wesentlichen das schwierige globale Finanzierungsumfeld und die nachlassende Nachfrage aus dem Ausland sein. Das prognostizierte Wirtschaftswachstum des **Mittleren Ostens** wird durch ein verlangsamtes Wirtschaftswachstum der großen Volkswirtschaften und aufgrund der Möglichkeit einer Rezession in Europa geschmälert. Das langsamere Wirtschaftswachstum in den USA und China stellt ein Abwärtsrisiko dar, insbesondere für Entwicklungsländer, die Öl importieren und stärker auf den Handel mit Europa angewiesen sind.

Beschaffungsmarktentwicklung

Das Jahr 2023 startet aufgrund des derzeitigen wirtschaftlichen Umfeldes auf einem sehr hohen Materialkostenniveau. Mittlerweile hat auf Märkten wichtiger Vorrohstoffe wie bspw. Aluminium, Silikon und natürlichen Ölen eine Korrekturbewegung eingesetzt, die zu positiven Preiseffekten im zweiten Halbjahr führen kann. Diese werden jedoch durch die Produktionskosteninflation unserer Lieferanten, vor allem im Zusammenhang mit der Energiemarktentwicklung überlagert.

Absatzmarktentwicklung

Nach einem herausfordernden Jahr bleibt das Umfeld angesichts wirtschaftlicher und politischer Volatilität unsicher. Mit weiterhin hohen Rohstoffpreisen, anhaltenden Versorgungsengpässen, steigenden Inflationsraten und knappen Budgets der Verbraucher*innen steht der Markt vor ständigen Herausforderungen. Die Erwartung eines inflationären Umfelds mit zunehmendem Risiko einer globalen Rezession hält an. Entsprechend erwarten wir für das Gesamtjahr 2023 ein Marktwachstum in Wert aufgrund von umgesetzten Preiserhöhungen zur Kompensation von gestiegenen Produktkosten, jedoch aufgrund der zu erwartenden Konsumzurückhaltung einen Marktrückgang in Menge. Ein stärkeres Wachstum in Wert wird vor allem in den Hautpflegekategorien und in den Wachstumsmärkten sowie Nordamerika erwartet, sowie vor allem im Onlinehandel weltweit.

Für tesa erwarten wir 2023 eine anhaltend volatile Geschäftsentwicklung. Vorsichtig planend gehen wir in Europa und Nordamerika für 2023 gegenüber dem Vorjahr von weniger positiven 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. Stark beeinflusst werden die Entwicklungen durch das Konsumklima sowie die fortschreitende Inflation in Europa, die Entwicklung des globalen Automobilmarkts und die eher zurückhaltenden Erwartungen in der Elektronikindustrie.

Unsere Chancen im Markt

Der Übergang vom Jahr 2022 zum neuen Jahr 2023 ist geprägt von Unsicherheiten bezüglich einer anstehenden Rezession. Der signifikante Anstieg der Inflation durch den Ukraine-Krieg, Verknappungen der Rohstoffe und Engpässe in der Logistik sind hierbei die Haupttreiber. Daher wird für 2023 ein schwieriges Jahr für die Weltwirtschaft prognostiziert. Dennoch gehen wir zuversichtlich in das neue Jahr. Durch die gezielten zusätzlichen Investitionen, insbesondere im Bereich Digital, sowie unseren großen Anteil an alltäglichen Produkten in unserem Portfolio, gehen wir im neuen Jahr davon aus, dass wir im Unternehmensbereich Consumer gut positioniert sind und ein über dem Markt liegendes Wachstum erzielen können.

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 von tesa für das kommende Jahr liegt leicht über der Weltmarktentwicklung. Dies gilt sowohl für das Geschäft mit Endkonsument*innen als auch Industriekunden. Die enge Zusammenarbeit mit der Elektronikindustrie im asiatischen Raum ist weiterhin konstruktiv, allerdings stellt der Projektcharakter der Zusammenarbeit wie bisher ein hohes Schwankungsrisiko dar. Durch fortlaufende Investitionen in Forschung und Entwicklung innovativer Produkte erwartet tesa eine Stärkung der Marktposition.

Geschäftsentwicklung

Aufgrund der dargestellten Herausforderungen in weiten Teilen der Welt und der daraus resultierenden außergewöhnlich hohen Unsicherheit hinsichtlich der Zukunftsaussichten für die Absatzmärkte und unsere 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 im Jahr 2023. Unter dieser Annahme gehen wir für das Consumer Geschäft von einem organischen Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich aus. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte wird im Unternehmensbereich Consumer 50 Basispunkte über dem Vorjahresniveau erwartet.

Unter der gleichen Unsicherheit in Bezug auf die Marktentwicklung 2023 erwarten wir für das Geschäft mit tesa ebenfalls ein über dem Markt liegendes Umsatzwachstum. Unter dieser Annahme wird das organische Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich liegen. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte wird leicht unter Vorjahr liegen.

Auf Basis der Prognose der beiden Unternehmensbereiche gehen wir für den Konzern von einem organischen Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich aus. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte erwarten wir für den Konzern leicht über Vorjahresniveau.

Hamburg, 6. Februar 2023

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Weitere Angaben

Erklärung zur Unternehmensführung

Die zusammengefasste Erklärung zur Unternehmensführung der Beiersdorf AG und des Konzerns (§§ 289f, 315d Handelsgesetzbuch, HGB) beinhaltet die Entsprechenserklärung (§ 161 Aktiengesetz, 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. Die Prüfung der Erklärung zur Unternehmensführung durch den Abschlussprüfer (§§ 289f Absatz 2 und 5, 315d HGB) ist darauf zu beschränken, ob die Angaben gemacht wurden (§ 317 Absatz 2 Satz 6 HGB).

Entsprechenserklärung

Im Dezember 2022 haben Vorstand und Aufsichtsrat die Entsprechenserklärung zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der jeweils geltenden Fassung vom 19. Dezember 2019 bzw. 28. April 2022 (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 2022 wurde auch auf der Internetseite der Gesellschaft unter www.beiersdorf.de/entsprechenserklaerung 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 2022 und entspricht sämtlichen Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der jeweils geltenden Fassung vom 16. Dezember 2019 bzw. 28. April 2022 mit folgenden Ausnahmen:

Empfehlung B.3

Gemäß Empfehlung B.3 soll die Erstbestellung von Vorstandsmitgliedern für längstens drei Jahre erfolgen.

Mit Wirkung zum 1. Januar 2022 hat der Aufsichtsrat Frau Grita Loeb sack für einen Zeitraum von vier Jahren zum Mitglied des Vorstands mit Verantwortung für die Markenführung und das digitale Marketing von NIVEA bestellt. Auf Grund 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.

Zudem hat der Aufsichtsrat Frau Nicola Lafrentz für die Zeit vom 1. Mai 2022 bis zum 31. Dezember 2025 zum Mitglied des Vorstands bestellt, also für 3 Jahre und 8 Monate. Nach Auffassung des Aufsichtsrats ist die Dauer der Erstbestellung bei Frau Lafrentz nach langjähriger leitender Funktion im selben Geschäftsbereich im Interesse des Unternehmens, auch um ihre Amtszeit mit einem Geschäftsjahr enden zu lassen.

Empfehlung 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 2022 grundsätzlich einer solchen Begrenzung. Insbesondere sieht das von der Hauptversammlung im April 2021 gebilligte Vergütungssystem im Einklang mit Empfehlung G.1 und § 87a Absatz 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. Auf Grund 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 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. Auf Grund 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 Vorsitizes im Vorstand zu gewährleisten.

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 langfristigen 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 zu Grunde liegenden 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*innen, 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 langfristigen 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.

Hamburg, im Dezember 2022

Für den Aufsichtsrat

Für den Vorstand



Prof. Dr. Reinhard Pöllath
Vorsitzender des Aufsichtsrats



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 und der Berichterstattung hierüber in dieser Erklärung zur Unternehmensführung.

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 entsprechend 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 Hinweisgeberplattform. tesa nutzt für den gleichen Zweck sowohl interne als auch externe Meldemöglichkeiten und hat im Berichtszeitraum eine digitale Hinweisgeberplattform 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 Absatz 3 HGB i.V.m. 315b Absatz 1 und 3 HGB (CSR-Bericht).

Code of Conduct

Der Erfolg der Beiersdorf AG und des Beiersdorf Konzerns (einschließlich tesa) basiert auf dem Vertrauen von Konsument*innen, Kund*innen, Investor*innen und Mitarbeitenden. Deswegen werden hohe Maßstäbe in Sachen Verantwortung gesetzt – sowohl für das Unternehmen als auch für 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. <https://www.tesa.com/de-de/ueber-uns/nachhaltigkeit/unsere-leitlinien-und-standards> 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 die 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. Um der strategischen Relevanz des Themas gerecht zu werden, wurde die organisatorische Verankerung des Nachhaltig-

keitsbereichs zum August 2022 gestärkt, indem dessen Leiter, der VP Sustainability, direkt an den Vorstandsvorsitzenden berichtet. Im Berichtsjahr konnten wir die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsagenda erfolgreich fortsetzen und haben zudem das Bewusstsein aller Mitarbeitenden zum Thema Nachhaltigkeit aktiv gestärkt, beispielsweise durch unser Engagement- und Weiterbildungsprogramm, die Corporate Sustainability Academy, und weitere Initiativen und Veranstaltungen.

Mit einer eigenen Nachhaltigkeitsagenda übernimmt der Unternehmensbereich tesa Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Im Berichtsjahr wurde die bestehende Nachhaltigkeitsstrategie überarbeitet und das bisherige Ambitionslevel erhöht. Den Rahmen bilden fünf strategische Handlungsfelder, für die tesa langfristige Ziele bis 2030 definiert hat. Ein Baustein der Strategie ist weiterhin die Nachhaltigkeitsagenda, die 2022 ebenfalls leicht angepasst wurde und welche den Anspruch reflektiert, Nachhaltigkeit ganzheitlich zu verstehen und anzugehen.

Die Unternehmensbereiche tesa und Consumer haben sich bereits 2020 zu einem gemeinsamen Klimaziel verpflichtet. Dieses steht im Einklang mit wissenschaftlich ermittelten Reduktionszielen zur Begrenzung der Erderwärmung auf 1,5 Grad Celsius und wurde von der „Science Based Targets 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 Absatz 3 HGB i.V.m. 315b Absatz 1 und 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 Know-how, 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 dem Aufsichtsrat kein ehemaliges Vorstandsmitglied der Beiersdorf AG an.

Der Aufsichtsrat bestellt, berät und überwacht den Vorstand nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung bei der Leitung des Unternehmens, einschließlich Nachhaltigkeit. 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 auf Grund ausführlicher Unterlagen. Die Aufsichtsratsmitglieder können an den Sitzungen auch per Telefon- oder Videokonferenz teilnehmen. 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*innen- und Anteilseigner*innenseite. 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 Aufsichtsratssitzungen 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 Vorbesprechungen 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. Im Jahr 2023 wird sich der Aufsichtsrat erneut mit einer Effizienzprüfung befassen.

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 zuletzt 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 eine 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 Anteilseignervertreter*innen

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 Absatz 1 AktG für angemessen, wenn mindestens drei seiner Mitglieder auf Anteilseigner*innenseite unabhängig sind.

Potenzielle Interessenkonflikte

Jedes Aufsichtsratsmitglied hat Interessenkonflikte, insbesondere auf Grund einer Beratung oder Organfunktion bei Kund*innen, Lieferfirmen, Kreditgeber oder Wettbewerber 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 gemäß § 100 Absatz 5 AktG 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:

- Geschäftsfeld- und Sektorvertrautheit (Konsumgüter; Beauty & Haut/Körperpflege, internationale Märkte (inkl. Emerging Markets))
- Marketing & Vertrieb (Markenentwicklung & -führung, Vertrieb & Handel, Kommunikation & Medien)
- F&E (Innovationsmanagement, Forschung und Entwicklung)
- Supply Chain (Lieferketten & Produktion)

- Personal & Organisation (Personalentwicklung & -führung, Unternehmensorganisation, Unternehmenskultur, Diversität)
- ESG (Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility, Ethik)
- Recht & Governance (Recht, Compliance Revision, Aufsichtsrecht, Corporate Governance)
- Digitalisierung & IT (Digitalisierung, Datenmanagement, IT & IT Security)
- Finanzen (Finanzen & Controlling, Rechnungslegung, Risikomanagement)

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, Frédéric Pflanz 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 Gesamtaufwichtsrats ist Vielfalt ein wichtiges Kriterium für die Auswahl der Aufsichtsrats- und der Ausschussmitglieder im Unternehmensinteresse. Derzeit gehören dem Aufsichtsrat insgesamt fünf Frauen an: Auf Arbeitnehmer*innenseite Prof. Manuela Rousseau und Kirstin Weiland und auf Anteilseigner*innenseite Hong Chow, Uta Kemmerich-Keil sowie Dr. Dr. Christine Martel. Die gesetzliche Geschlechterquote zur Besetzung des Aufsichtsrats ist damit erfüllt. Derzeit gehören dem Aufsichtsrat insgesamt 42 % Frauen und 58 % Männer an; bei Getrenntbetrachtung sind es auf Arbeitnehmer*innenseite 33 % Frauen und 67 % Männer und auf Anteilseigner*innenseite jeweils 50 % Frauen und Männer. Auf Anteilseigner*innenseite verkörpern alle Mitglieder neben ihrer besonderen fachlichen Qualifikation das Merkmal der Internationalität auf Grund Herkunft oder 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 kontrollierenden Aktionärs angehört, nicht als unabhängig anzusehen ist. Ungeachtet dessen meint der Aufsichtsrat, dass Beziehungen zum kontrollierenden Aktionär 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 Großaktionärs aus. Insoweit sind mindestens die folgenden amtierenden Mitglieder auf Anteilseigner*innenseite unabhängig von dem kontrollierenden Aktionär: Hong Chow, Uta Kemmerich-Keil und die Vorsitzende des Prüfungsausschusses Dr. Dr. Christine Martel. 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 kontrollierenden Aktionär 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 auf Grund der Zugehörigkeitsdauer

im konkreten Fall keine Umstände vor, die einen wesentlichen und nicht nur vorübergehenden Interessenkonflikt begründen könnten. Über den Kodex hinaus sind nach Einschätzung des Aufsichtsrats alle Mitglieder auf Arbeitnehmer*innenseite unabhängig im Sinne des Kodex; dies gilt für Prof. Manuela Rousseau trotz ihrer Zugehörigkeitsdauer zum Aufsichtsrat von mehr als 12 Jahren.

Derzeit haben der Aufsichtsratsvorsitzende und Wolfgang Herz die Regelaltersgrenze von 72 Jahren überschritten. Zudem haben der Aufsichtsratsvorsitzende und ein weiteres Aufsichtsratsmitglied, Prof. Manuela Rousseau, die Regelzugehörigkeitsdauer überschritten. Der Aufsichtsrat hat für diese Mitglieder auf Grund 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. Der Stand der Umsetzung der fachlichen Kompetenzen ist in der nachfolgenden Qualifikationsmatrix dargestellt; hieraus ergibt sich, dass die fachlichen Kompetenzen gemäß dem Kompetenzprofil von jeweils mindestens einem Mitglied erfüllt werden.

Qualifikationsmatrix des Aufsichtsrats

	Chow	Hansert ¹	Herz	Kemmerich-Keil	Koltze ¹	Köhn ¹	Martel	Papier ¹	Pflanz	Pöllath	Rousseau ¹	Weiland ¹
Generelle Angaben												
Mitglied seit	April 2017	April 2017	April 2020	August 2022	April 2019	April 2019	April 2012	April 2019	April 2019 ²	Mai 2002	Juni 1999	April 2019
Unabhängigkeit³	•	•		•	•	•	•	•			•	•
Geschlecht	w	m	m	w	m	m	w	m	m	m	w	w
Geburtsjahr	1971	1961	1950	1966	1963	1964	1970	1974	1968	1948	1955	1969
Nationalität	Deutsch	Deutsch	Deutsch	Deutsch	Deutsch	Deutsch	Französisch	Deutsch	Deutsch-Französisch	Deutsch	Deutsch	Deutsch
Kompetenzen												
Geschäftsfeld- & Sektorvertrautheit	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Marketing & Vertrieb	•		•	•	•		•		•	•	•	
Forschung & Entwicklung	•	•		•			•			•		•
Supply Chain					•	•	•		•			•
Personal & Organisation	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ESG	•			•			•				•	
Recht & Governance		•	•	•	•		•	•	•	•	•	
Digitalisierung & IT				•			•	•	•			
Finanzen & Rechnungslegung	•	•	•	•	•		•	•	•	•		

• Kriterium erfüllt, basierend auf einer Selbsteinschätzung durch den Aufsichtsrat. Mit Blick auf die Kompetenzen umfasst dies mindestens „Gute Kenntnisse“ und damit die Fähigkeit, auf Basis bereits vorhandener Qualifikation, der im Rahmen der Tätigkeit als Aufsichtsratsmitglied erworbenen Kenntnisse und Erfahrungen und/oder wahrgenommener Fortbildungsmaßnahmen die einschlägigen Sachverhalte gut nachvollziehen und informierte Entscheidungen treffen zu können.

¹ Arbeitnehmervertreter*in
² Zuvor von September 2015 bis April 2018 Mitglied im Aufsichtsrat.
³ Entsprechend den Kriterien des Deutschen Corporate Governance Kodex.

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 Gesamtaufsichtsrat regelmäßig in der folgenden Aufsichtsratssitzung. 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), Wolfgang Herz, Frédéric Pflanz 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 der Rechnungslegung (einschließlich Rechnungslegungsgrundsätze sowie interne Kontroll- und Risikomanagementsysteme) und der Abschlussprüfung verfügt, wozu auch die Nachhaltigkeitsberichterstattung und deren Prüfung gehört. Insbesondere die Vorsitzende des Prüfungsausschusses, Dr. Dr. Christine Martel, verfügt über eine ausgeprägte Sachkenntnis auf diesen Gebieten auf Grund langjähriger Führungspositionen in Finanz-, Strategie- und Commercial-Bereichen eines global tätigen Konsumgüterkonzerns und ihrer vorherigen wissenschaftlichen Arbeit am Deutsch-Französischen Institut für Umweltforschung (DFIU), unter anderem zu End-to-End Lifecycle-Analysen. Zudem bilden ihre Promotionen in Ingenieurwissenschaften sowie Betriebswissenschaften die nötigen fachlichen Grundlagen zur effektiven Beurteilung der relevanten cross-funktionalen Zusammenhänge im Bereich Nachhaltigkeit. Darüber hinaus verfügt mindestens ein weiteres Mitglied des Prüfungsausschusses über Sachverstand auf dem Gebiet der Abschlussprüfung, insbesondere Frédéric Pflanz auf Grund seiner langjährigen Tätigkeit als Chief Financial Officer international tätiger Unternehmen. 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. Der Prüfungsausschuss befasst sich in enger Abstimmung mit dem Abschlussprüfer mit der Einschätzung des Prüfungsrisikos, der Prüfungsstrategie und der Prüfungsplanung. 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. Mit dem Abschlussprüfer findet ein regelmäßiger Austausch zu relevanten Themen, insbesondere dem Fortgang der Abschlussprüfung, auch außerhalb von Sitzungen statt, worüber die Vorsitzende dem Ausschuss erforderlichenfalls berichtet. Er berät und überwacht den Vorstand in Fragen der Rechnungslegung, der Angemessenheit und 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 (bis 31. Juli 2022), Uta Kemmerich-Keil (seit dem 2. September 2022), Olaf Papier und Frédéric Pflanz.

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 (bis 31. Juli 2022), Uta Kemmerich-Keil (seit 2. September 2022), Dr. Dr. Christine Martel und Olaf Papier.

Personalausschuss

Der Personalausschuss besteht aus insgesamt sechs Mitgliedern 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), Hong Chow, Andreas Köhn, Reiner Hansert, Prof. Dr. Reinhard Pöllath und Kirstin Weiland.

Vermittlungsausschuss

Der mitbestimmungsrechtliche Vermittlungsausschuss besteht aus dem Aufsichtsratsvorsitzenden, seinem Stellvertreter 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 (bis 31. Juli 2022), Olaf Papier, Frédéric Pflanz (seit 2. September 2022) 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 Kandidat*innen für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung vor. Die Vorbereitung der Neuwahl 2024 hat der Nominierungsausschuss begonnen; er bedient sich dabei auch externer Beratung. Dem Nominierungsausschuss gehören an: Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender), Hong Chow, Martin Hansson (bis 31. Juli 2022), Dr. Dr. Christine Martel und Frédéric Pflanz (seit 2. September 2022).

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 Halbjahresberichte, der Jahres- und Konzernabschlüsse sowie die Konzernfinanzierung. Der Vorstand sorgt ferner für ein im Hinblick auf die Geschäftstätigkeit und Risikolage angemessenes und wirksames internes Controlling und Risikomanagement, das auch die für das Unternehmen relevanten nachhaltigkeitsbezogenen Ziele abdeckt. Zudem umfasst dies ein an der Risikolage ausgerichtetes Compliance-Management-System, wodurch der Vorstand insbesondere für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der unternehmensinternen Richtlinien sorgt und auf deren Beachtung durch die Konzernunternehmen hinwirkt (Compliance). Eine Beschreibung der Grundzüge dieser Systeme sowie eine Stellungnahme zu ihrer Angemessenheit und Wirksamkeit ist im Abschnitt „Risikobericht“ bzw. in der „Nichtfinanziellen Erklärung“ in diesem Geschäftsbericht enthalten. Der Vorstand berichtet dem Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragestellungen, insbesondere auch zur Nachhaltigkeit, und erläutert dabei Abweichungen der tatsächlichen Entwicklung 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 Absatz 5 AktG (in der bis August 2021 geltenden Fassung) hat der Aufsichtsrat eine Zielgröße für den Frauenanteil im Vorstand von 10 % festgelegt, die bis spätestens zum 30. Juni 2022 erreicht werden sollte und bereits im Juli 2018 erreicht wurde. Damit wird auch dem gesetzlichen Beteiligungsgebot gemäß § 76 Absatz 3a AktG entsprochen, wonach einem Vorstand mit mehr als drei Personen mindestens eine Frau und ein Mann angehören müssen. Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat mit Wirkung ab dem 1. Juli 2022 die Zielgröße für den Frauenanteil im Vorstand auf 30 % erhöht. Derzeit liegt der Frauenanteil im Vorstand (Astrid Hermann, Nicola D. Lafrentz, Grita Loeb sack) bei 43 %.

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 (derzeit

Frédéric Pflanz und Prof. Manuela Rousseau). Vor der Bestellung eines Vorstandsmitglieds 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 2022 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 2022 befasste sich der Personalausschuss zusammen mit dem Vorstand unter anderem mit der Diversitätsstrategie, inklusive KPIs für die oberen Management-Gruppen, mit den laufenden Personalplanungs- und Forecastingprozessen, inklusive Potenzialidentifikation, sowie mit den Programmen zur Führungskräfteentwicklung. 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 Absatz 4 AktG für den Frauenanteil der Beiersdorf AG in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands eine Zielgröße von mindestens 35 % und in der zweiten Führungsebene eine Zielgröße von mindestens 50 % festgelegt, die jeweils bis zum 31. Dezember 2026 gehalten bzw. erreicht werden sollen. Bis zum 30. Juni 2022 galten Zielgrößen in gleicher Höhe. Diese wurden für die erste Führungsebene mit 31,7 % nur knapp auf Grund der relativ geringen Zahl verfügbarer Stellen auf dieser Ebene nicht erreicht; angesichts der geringen Gesamtpositionen auf dieser Ebene haben sich zudem Veränderungen in der Organisation unmittelbar ausgewirkt. Auf der zweiten Führungsebene wurde die Zielgröße mit 51,3 % übertroffen. Hinsichtlich der aktuellen Zielgrößen wurden die Führungsebenen geringfügig neu definiert und an den bestehenden Management-Gruppen ausgerichtet, um die tatsächliche Führungsstruktur bei Beiersdorf zutreffender zu reflektieren.

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 zum 30. Juni 2022 sollte in den MG 1-3 eine Zielgröße von 35 % Frauen erreicht werden; diese Zielgröße wurde mit 37,2 % übertroffen. Entsprechend unserer „Beiersdorf Gender Parity Ambition“, die im März 2021 verkündet wurde, verpflichtet sich Beiersdorf, bis spätestens 2025 eine Geschlechterparität von 50:50 auf allen Führungsebenen unterhalb des Vorstands (Managementebenen 1-4) im Consumer-Bereich zu erreichen.

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 rechtlichen 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 den 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 eine bevollmächtigte Person 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. Die gesamte Hauptversammlung kann über das Internet auch von Nicht-Aktionär*innen verfolgt werden.

Vor dem Hintergrund der weltweiten COVID19-Pandemie wurde die Hauptversammlung 2022 als virtuelle Hauptversammlung ohne physische Präsenz der Aktionär*innen oder ihrer Bevollmächtigten durchgeführt. Vorstand und Aufsichtsrat haben gemäß § 26n Absatz 1 Einführungsgesetz zum Aktiengesetz, EGAktG beschlossen, die Hauptversammlung 2023 als virtuelle Hauptversammlung nach Maßgabe von § 118a AktG abzuhalten.

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“. Der Vergütungsbericht über das letzte Geschäftsjahr einschließlich Vermerk des Abschlussprüfers gemäß § 162 AktG und das geltende Vergütungssystem gemäß § 87a Abs. 1 und 2 Satz 1 AktG sind auf der Internetseite unter www.beiersdorf.de/investor-relations/corporate-governance/verguetung-von-vorstand-und-aufsichtsrat veröffentlicht; der letzte Vergütungsbeschluss der Hauptversammlung gemäß § 113 Abs. 3 AktG ist unter www.beiersdorf.de/investor-relations/hauptversammlung/archiv/2021 abrufbar.

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 14. April 2022 wählte die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, zum Abschlussprüfer für die AG und den Konzern für das Geschäftsjahr 2022 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. Verantwortliche Abschlussprüferin ist seit dem Geschäftsjahr 2022 Britta Siemer. Ab der Abschlussprüfung für das Geschäftsjahr 2024 wird es einen Wechsel der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geben; dazu gab es im Oktober 2022 eine öffentliche Ausschreibung.

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 2023

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 Schlussfolgerung 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 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 Optionschuldverschreibungen 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 auszuschließen, 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.

Bericht zur Gleichstellung und Entgeltgleichheit gem. §§ 21, 22 Entgelttransparenzgesetz (EntgTranspG)^{1,2}

Maßnahmen zur Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern

Für die Beiersdorf AG als global agierendes Unternehmen ist die Vielfalt unserer Belegschaft als Chance und als Schlüssel zum Erfolg. Gleiches Entgelt für Frauen und Männer bei gleicher oder gleichwertiger Tätigkeit waren auch schon vor Schaffung der gesetzlichen Auskunftspflicht Bestandteil der Personalpolitik und Entgeltgleichheit wird gelebt.

Neben der internationalen und kulturellen Vielfalt stand das Thema „Gender“ – speziell auch die Chancengleichheit aller Geschlechter – in den letzten Jahren im besonderen Fokus. Bereits seit der Unterzeichnung der Charta der Vielfalt im Jahr 2012 wird das Bewusstsein für „Gender Balance“ gestärkt, z. B. durch regelmäßige Veranstaltungen zunächst nur für weibliche Mitarbeitende insbesondere weibliche Führungskräfte. 2017 wurde die Zielsetzung für den Frauenanteil an Führungspositionen aktualisiert, es sollten bis zum 30.6.2022 35 % auf Level 1 unterhalb des Vorstands und 50 % auf Level 2 erreicht werden. Zum 31.12.2021 konnte die Beiersdorf AG Folgendes berichten:

Vorstand: bis 30. Juni 2022 mindestens 10 % Frauenanteil (Stand per Ende Dezember 2021: 14%)

1. Führungsebene: bis 30. Juni 2022 mindestens 35 % Frauenanteil (Stand per Ende Dezember 2021: 31 %)

2. Führungsebene: bis 30. Juni 2022 mindestens 50 % Frauenanteil (Stand per Ende Dezember 2021: 52 %)

Über die für die Beiersdorf AG geltenden gesetzlichen Vorgaben hinaus wurde 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 sollte in den Managementgruppen 1- 3 eine Zielgröße von 35 % Frauen erreicht werden. Zum 31.12.2021 konnten ein Frauenanteil von 34 % erreicht werden.

Seit 2018 unterstützt die Beiersdorf AG weibliche Beschäftigte und Führungskräfte durch z. B. die Gender-Diversity-Initiative „enCOURAGE“ mit diversen Maßnahmen. Zu ihnen zählten das Mentoring-Programm „move forward!“, das sich an talentierte Frauen richtete, die eine Führungskarriere anstreben oder ausbauen möchten; dieses Programm wurde 2021 aufgrund der besonderen Corona-Situation ausgesetzt. Die „Peer Coaching Circles“, fanden als erweitertes Angebot von „move forward!“ mit dem Ziel statt, gemeinsam zu lernen und zu wachsen. Weiterer Schwerpunkt und ein Highlight der Maßnahmen: die seit 2017 jährlich stattfindende Netzwerkveranstaltung „Women in Leadership“-Convention, bei der erfolgreiche interne und externe Vorbilder über ihre Erfahrungen berichten und damit die Teilnehmenden inspirieren. Die „Women in Leadership Convention“ wird seit 2020 durch eine digitale Übertragung allen Mitarbeitenden weltweit zugänglich gemacht und bietet vielfältige Möglichkeiten zur Weiterbildung. Schon 2019 wurde das Thema Diversity in die Strategie C.A.R.E+ eingebettet und eine Diversity-Agenda entwickelt hin zu „Diversity & Inclusion“ mit der Vision, ein integratives Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem alle Mitarbeitenden ihr volles Potenzial ausschöpfen können, u. a. mit dem Schwerpunkt der Gleichstellung der Geschlechter. Die im Jahr 2020 gegründete „Grassroots“-Community „#SisterhoodisPower“ zum Beispiel, die sich zum Ziel gesetzt hat, dass sich Frauen gegenseitig auf ihrem Karriereweg unterstützen, trägt mit ihrer digitalen „#PowerTalk-Reihe“, in der inspirierende Frauen ihre Geschichten und Gedanken zum Thema Führung sowie ihre persönlichen Tipps teilen, dazu bei. Darüber hinaus konzentrierte sich die Initiative unserer Mitarbeitenden auf ihr im Jahr 2021 gestartetes Peer-Mentoring-Programm „#Grow2gether“.

¹ Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

² Der Berichtszeitraum umfasst die Jahre 2017-2021.

Darüber werden vielfältige Möglichkeiten zur flexiblen Arbeitsgestaltung bzw. zur leichteren Vereinbarung von Privatleben und Beruf angeboten. Neben der regulären Teilzeitarbeit wird auch das Jobsharing gefördert. Dabei handelt es sich um ein Arbeitsmodell, bei dem zwei Beschäftigte als Job-Tandem gemeinsam eine Rolle einnehmen. Bei Beiersdorf 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 den Wissenstransfer zwischen Generationen und/oder den Übergang in die Altersteilzeit ermöglicht. Zum Ende 2021 arbeiteten in Deutschland 34 Jobsharing-Tandems. 19 Tandems ermöglichten sich damit eine Führungsposition, überwiegend in Teilzeit. Die seit langem bestehenden Modelle zur Flexibilisierung der Arbeitszeit, wie gleitende Arbeitszeit, Arbeitszeitsouveränität, sowie das Langzeitkonto geben weiterhin den Spielraum, der es der Belegschaft ermöglicht, eigenen Karrierewünschen als auch den Anforderungen des Privatlebens gerecht zu werden. Hier unterstützt die Regelung zum Arbeiten am flexiblen Arbeitsort, die es Mitarbeitenden ermöglicht, von nahezu jedem beliebigen Arbeitsort zu arbeiten. Ergänzend zu diesen Möglichkeiten gibt es am Standort Hamburg den Betriebskindergarten „TroploKids“ mit umfassenden Betreuungsmöglichkeiten für die Kinder von Beschäftigten. Die Kindertagesstätte gehört mit ihren 100 Betreuungsplätzen und 30 Erzieher*innen (Stand 31.12.2021) zu den größten ihrer Art in Deutschland und besteht als Betriebskindergarten seit 1937. Weiterhin werden die Mitarbeitenden am Standort Hamburg durch das Leistungsangebot des PME Familienservice bei der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben unterstützt. Darüber hinaus gibt es ein Onlineportal mit Informationen für alle werdenden Eltern, sowie seit 2018 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 wurde 2021 eine Kooperation aufgenommen. In diesem Zuge wurden mit zwei Kerngruppen Handlungsbedarfe für Väter diskutiert und zugleich der Austausch unter interessierten Vätern gefördert. Auch das 3-wöchige Sommerferienprogramm für Kinder von Mitarbeitenden wurde in den vergangenen Jahren so gut angenommen, dass es 2021erneut ausgesprochen wurde.

Um Diversity & Inclusion bei Beiersdorf weiter zu stärken, wurde im Jahr 2020 direkt unterhalb des Vorstands die Position des „Global Director Diversity & Inclusion (D&I)“ geschaffen und 2021 eine neue und globale „D&I Strategy Roadmap“ formuliert. Sie soll dabei unterstützen, gemeinsam eine Kultur zu schaffen, die auf Vielfalt und Inklusion beruht, in der sich alle Mitarbeitenden 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 von Verbraucher*innen – und damit deren Repräsentation in Bezug auf Produkte und deren Vermarktung.

In jedem dieser Bereiche wurden 2021 erste Meilensteine erreicht, z. B. die Gender Parity Ambition, die geschlechterparitätische Besetzung von Führungspositionen unterhalb des Vorstands bis 2025. Zum 31.12.2021 lag der Frauenanteil der vier höchsten Managementgruppen (MG 1-4) bei 47,1%. Um den Wissensrahmen rund um das Thema Diversity & Inclusion zu erweitern, wurden 2021 erste Piloten eines Trainings für inklusive Sprache und damit auch geschlechterneutrale Sprache durchgeführt sowie erweiterte Kommunikationshilfen für eine feinfühligere und nuancierte Sprache entwickelt.

Maßnahmen zur Herstellung von Entgeltgleichheit für Frauen und Männer

Die Entgeltgleichheit wird bei der Beiersdorf AG einerseits über die tarifvertragliche Entgeltstruktur und andererseits über die innerbetrieblichen Prozesse zur Bewertung außertariflicher Positionen sichergestellt.

Im tarifvertraglichen Bereich ist die Beiersdorf AG an die zwischen BAVC und IG BCE geschlossenen Tarifverträge der chemischen Industrie gebunden. Diese geben eine Entgeltstruktur in dreizehn Entgeltgruppen vor. Der Bundesentgelttarifvertrag enthält den Grundsatz, dass Mitarbeitende ausschließlich nach der von ihnen ausgeübten Tätigkeit einzugruppiert sind (§ 3 BETV). Das Geschlecht oder Faktoren wie die Berufsbezeichnung oder eine vorhandene Qualifikation, die auf dem aktuellen Arbeitsplatz nicht gefordert wird, sind hingegen nicht maßgebend.

Im außertariflichen Bereich wird Entgeltgleichheit u.a. durch die Betriebsvereinbarung zur Gehaltsystematik für außertarifliche Mitarbeitende sichergestellt. Der Prozess zur Bewertung der außertariflichen Funktionen sieht vor, sämtliche Positionen im Unternehmen unter Mitwirkung der Arbeitnehmer*innenvertretungen einem der definierten außertariflichen Gehaltsbänder zuzuweisen, die jeweils eine Gehaltsbandbreite darstellen, die die Marktpraxis der Peergroup der Gesellschaft reflektiert. Die Zuordnung der Funktionen/Positionen zu den Gehaltsbändern erfolgt dabei in Abhängigkeit von ausschließlich objektiven Faktoren wie z.B. Relevanz für die Gesamtorganisation, erforderlicher Qualifikation und Komplexität der funktionsinhabenden Person zu verantwortenden Themen. Die Bewertung der Stelle ist unabhängig von Person, Geschlecht oder individueller Leistung von Stelleninhaber*innen. Zudem erfolgt ein ressortübergreifender Vergleich der Bewertungsergebnisse.

Soweit sich die jährlichen Gehaltsrunden für außertarifliche Mitarbeitende mit entgeltlosen Dienstzeiten, wie etwa Elternzeit, überschneiden, wird über die hierfür einschlägige Betriebsvereinbarung sichergestellt, dass Mitarbeitende nach ihrer Rückkehr an den Budgets bereits abgelaufener Gehaltsrunden partizipieren.

Angaben gemäß § 21 Abs. 2 Nr. 1 u. Nr. 2 EntgTranspG

Für die Beiersdorf AG ergeben sich für das Jahr 2021 folgende durchschnittliche Beschäftigtenzahlen³:

	Frauen	Differenz zum Vorbericht	Männer	Differenz zum Vorbericht
Durchschnittliche Gesamtzahl der Beschäftigten	1.674	129	999	69
davon Vollzeitbeschäftigte	1.107	45	969	68
davon Teilzeitbeschäftigte	567	84	30	1

³ Entsprechend der Definition des Entgelttransparenzgesetzes: Beschäftigtenzahlen (Personen) als Jahresdurchschnitt. Darstellung weicht von den sonstigen im Geschäftsbericht verwendeten Beschäftigteneinheiten ab.



S. 199 KONZERNABSCHLUSS

- S. 199 Gewinn- und Verlustrechnung
- S. 199 Gesamtergebnisrechnung
- S. 200 Bilanz
- S. 201 Kapitalflussrechnung
- S. 202 Eigenkapitalveränderungsrechnung

S. 203 KONZERNANHANG

- S. 203 Segmentberichterstattung
- S. 204 Regionale Berichterstattung
- S. 205 Grundlagen und Methoden
- S. 216 Konsolidierungskreis, Akquisitionen und Divestments
- S. 218 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
- S. 223 Erläuterungen zur Bilanz
- S. 245 Sonstige Angaben
- S. 251 Nachtragsbericht
- S. 252 Organe der Beiersdorf AG

S. 254 BESTÄTIGUNGEN

- S. 254 Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers
- S. 266 Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers
- S. 269 Versicherung des Vorstands



KONZERN- ABSCHLUSS

Konzernabschluss

Gewinn- und Verlustrechnung

(in Mio. €)

	Anhang	2021	2022
Umsatzerlöse	01	7.627	8.799
Kosten der umgesetzten Leistungen	02	-3.267	-3.842
Brutto-Ergebnis		4.360	4.957
Marketing- und Vertriebskosten	03	-2.675	-2.998
Forschungs- und Entwicklungskosten	04	-268	-291
Allgemeine Verwaltungskosten	05	-448	-524
Sonstige betriebliche Erträge	06	243	266
Sonstige betriebliche Aufwendungen	07	-279	-318
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		933	1.092
Zinserträge	08	32	36
Zinsaufwendungen	08	-14	-16
Pensionsergebnis	08	-8	-10
Übriges Finanzergebnis	08	-36	-6
Finanzergebnis	08	-26	4
Ergebnis vor Steuern		907	1.096
Ertragsteuern	09	-252	-325
Jahresüberschuss		655	771
Davon entfallen auf:			
- Anteilseigner*innen der Beiersdorf AG		638	755
- Anteile ohne beherrschenden Einfluss		17	16
Unverwässertes/Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	10	2,81	3,33

Gesamtergebnisrechnung

(in Mio. €)¹

	2021	2022
Jahresüberschuss	655	771
In den Folgeperioden erfolgswirksam umzugliederndes sonstiges Ergebnis	35	70
Marktbewertung von Cashflow Hedges	-12	28
Marktbewertung Wertpapiere	-2	-12
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	49	54
In den Folgeperioden nicht erfolgswirksam umzugliederndes sonstiges Ergebnis	118	317
Neubewertung von leistungsorientierten Verpflichtungen	110	314
Marktwertänderung der erfolgsneutral bewerteten Eigenkapitalinstrumente	8	3
Sonstiges Ergebnis	153	387
Gesamtergebnis	808	1.158
Davon entfallen auf:		
- Anteilseigner*innen der Beiersdorf AG	791	1.143
- Anteile ohne beherrschenden Einfluss	17	15

¹ Netto nach Steuern.

Bilanz

(in Mio. €)

Aktiva	Anhang	31.12.2021	31.12.2022
Immaterielle Vermögenswerte	11	538	1.111
Sachanlagen	12	1.845	2.201
Langfristige Wertpapiere	16	3.937	3.184
Sonstige langfristige Vermögenswerte	15	56	52
Latente Steueransprüche	09	292	258
Langfristige Vermögenswerte		6.668	6.806
Vorräte	13	1.144	1.557
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	14	1.306	1.508
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	15	124	147
Ertragsteuerforderungen	09	207	205
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	15	198	239
Kurzfristige Wertpapiere	16	616	771
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	17	1.036	1.080
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen	15	–	35
Kurzfristige Vermögenswerte		4.631	5.542
		11.299	12.348
<hr/>			
Passiva	Anhang	31.12.2021	31.12.2022
Gezeichnetes Kapital	19	252	252
Kapitalrücklage	22	47	47
Gewinnrücklagen	23	6.879	7.725
Kumuliertes sonstiges Konzernergebnis	24	–307	–239
Anteile der Anteilseigner*innen der Beiersdorf AG		6.871	7.785
Anteile ohne beherrschenden Einfluss		23	20
Eigenkapital		6.894	7.805
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	26	808	382
Sonstige langfristige Rückstellungen	27	127	146
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	28	106	117
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	28	1	–
Latente Steuerverbindlichkeiten	09	38	137
Langfristiges Fremdkapital		1.080	782
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	27	582	614
Ertragsteuerverbindlichkeiten	09	160	183
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	28	1.973	2.328
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	28	501	525
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	28	109	111
Kurzfristiges Fremdkapital		3.325	3.761
		11.299	12.348

Kapitalflussrechnung

(in Mio. €)

	2021	2022
Jahresüberschuss	655	771
Überleitung zwischen Jahresüberschuss und Cashflow aus der operativen Geschäftstätigkeit		
Ertragsteuern	252	325
Finanzergebnis	26	-4
Auszahlungen für Ertragsteuern	-305	-312
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	287	287
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil und erfolgsneutrale Veränderungen)	-9	22
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-9	-5
Brutto-Cashflow	897	1.084
Veränderung der Vorräte	-145	-395
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	-195	-288
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen	436	396
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	993	797
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-413	-548
Auszahlungen für Unternehmenserwerbe (abzgl. übernommener Zahlungsmittel)	-	-545
Auszahlungen für Investitionen in assoziierte Unternehmen und sonstige Beteiligungen	-5	-7
Auszahlungen für den Erwerb von Wertpapieren	-1.114	-97
Einzahlungen aus dem Verkauf von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	45	29
Einzahlungen aus dem Verkauf von Tochtergesellschaften (abzgl. abgegangener Zahlungsmittel)	10	10
Einzahlungen aus dem Verkauf von assoziierten Unternehmen und sonstigen Beteiligungen	8	-
Einzahlungen aus dem Verkauf/der Endfälligkeit von Wertpapieren	563	680
Zinseinzahlungen	39	42
Dividenden- und sonstige Finanzeinzahlungen	22	34
Cashflow aus investiver Tätigkeit	-845	-402
Free-Cashflow	148	395
Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten	185	451
Auszahlungen für die Tilgung von Krediten	-57	-447
Auszahlungen für die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-66	-68
Zinsauszahlungen	-12	-15
Sonstige Finanzauszahlungen	-14	-19
Auszahlung Dividende Beiersdorf AG	-159	-159
Auszahlung Dividende an Anteilseigner*innen ohne beherrschenden Einfluss	-18	-16
Auszahlung zum Erwerb von Anteilen ohne beherrschenden Einfluss ohne Kontrollwechsel	-	-72
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-141	-345
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	24	-6
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	31	44
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	1.005	1.036
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.12.	1.036	1.080

Eigenkapitalveränderungsrechnung

(in Mio. €)

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen ¹	Kumuliertes sonstiges Konzernergebnis						Anteile ohne beherrschenden Einfluss	Gesamt
				Unterschied aus der Währungsumrechnung	Sicherungsinstrumente aus der Absicherung von Zahlungsströmen	Fremdkapitalinstrumente	Eigenkapitalinstrumente	Summe der Anteilseigner*innen			
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	
31.12.2021/01.01.2022	252	47	6.879	-300	-10	2	1	6.871	23	6.894	
Gesamtergebnis der Periode	-	-	1.069	55	28	-12	3	1.143	15	1.158	
Umgliederungen	-	-	4	-	-	-	-4	-	-	-	
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-159	-	-	-	-	-159	-	-159	
Veränderung Anteile Anteilseigner*innen ohne beherrschenden Einfluss	-	-	-	-	-	-	-	-	-16	-16	
Veränderung Anteile Anteilseigner*innen ohne beherrschenden Einfluss ohne Kontrollwechsel	-	-	-68	-2	-	-	-	-70	-2	-72	
31.12.2022	252	47	7.725	-247	18	-10	-	7.785	20	7.805	

¹ Die Gewinnrücklagen beinhalten eine Kürzung um die Anschaffungskosten eigener Anteile von 955 Mio. €.

Konzernanhang

Segmentberichterstattung

(in Mio. €)

		Consumer		tesa		Konzern	
		2021	2022	2021	2022	2021	2022
Außenumsatz		6.129	7.131	1.498	1.668	7.627	8.799
Veränderung zum Vorjahr (nominal)	(in %)	7,5	16,3	13,1	11,3	8,6	15,4
Veränderung zum Vorjahr (organisch)	(in %)	8,8	10,5	13,6	8,8	9,7	10,2
Anteil am Konzernumsatz	(in %)	80,4	81,0	19,6	19,0	100,0	100,0
EBITDA		884	1.038	336	341	1.220	1.379
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		680	828	253	264	933	1.092
in % vom Umsatz		11,1	11,6	16,8	15,8	12,2	12,4
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)¹		740	880	253	278	993	1.158
in % vom Umsatz		12,1	12,3	16,9	16,7	13,0	13,2
Operatives Brutto-Vermögen¹		3.885	5.385	1.150	1.250	5.035	6.635
Operative Verbindlichkeiten¹		2.480	2.893	306	298	2.786	3.191
EBIT-Rendite auf das operative Netto-Vermögen ¹	(in %)	48,5	33,2	29,9	27,6	41,5	31,7
Brutto-Cashflow		661	817	236	267	897	1.084
Investitionen²		376	1.054	37	83	413	1.137
Abschreibungen		204	210	83	77	287	287
Forschungs- und Entwicklungskosten		202	216	66	75	268	291
Mitarbeitende	(Anzahl am 31.12.)	15.740	16.419	4.827	4.982	20.567	21.401

¹ Siehe hierzu die Erläuterungen im Abschnitt „Erläuterungen zur Segmentberichterstattung“.

² Die Angabe umfasst die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen inklusive der Akquisitionen.

Regionale Berichterstattung

(in Mio. €)

		Europa		Amerika		Afrika/Asien/ Australien		Konzern	
		2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Außenumsatz		3.676	3.900	1.527	2.126	2.424	2.773	7.627	8.799
Veränderung zum Vorjahr (nominal)	(in %)	6,0	6,1	13,4	39,2	9,6	14,4	8,6	15,4
Veränderung zum Vorjahr (organisch)	(in %)	6,3	5,5	16,3	21,8	11,0	9,9	9,7	10,2
Anteil am Konzernumsatz	(in %)	48,2	44,3	20,0	24,2	31,8	31,5	100,0	100,0
EBITDA		706	738	109	170	405	471	1.220	1.379
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		539	583	49	108	345	401	933	1.092
in % vom Umsatz		14,7	15,0	3,2	5,1	14,2	14,5	12,2	12,4
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)¹		556	618	91	140	346	400	993	1.158
in % vom Umsatz		15,1	15,9	6,0	6,6	14,3	14,5	13,0	13,2
Investitionen²		293	444	75	521	45	172	413	1.137
Abschreibungen		166	155	60	62	61	70	287	287
Mitarbeitende	(Anzahl am 31.12.)	11.888	12.094	3.402	3.771	5.277	5.536	20.567	21.401

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, das (oberste) Mutterunternehmen der Unternehmensgruppe, 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 Klebebändern.

Der Konzernabschluss der Beiersdorf AG für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2022 wurde am 6. Februar 2023 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 2022 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 11 „Immaterielle Vermögenswerte“), der Wertminderung finanzieller Vermögenswerte (Abschnitt 29 „Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten, Finanzrisikomanagement und derivativen Finanzinstrumenten“), den versicherungsmathematischen Parametern bei der Berechnung des Aufwands aus leistungsorientierten Plänen sowie des Barwerts von Pensionsverpflichtungen (Abschnitt 26 „Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen“), der Ermittlung der Höhe der aktivierungsfähigen latenten Steueransprüche (Abschnitt 09 „Ertragsteuern“) und der Bilanzierung der sonstigen Rückstellungen (Abschnitt 27 „Sonstige Rückstellungen“). Speziell bei der Abbildung von rechtlichen Risiken aus Schadenersatzforderungen sowie Steuer- und Zollrisiken (Abschnitt 30 „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 die Neubewertung der zum Zeitpunkt des Beherrschungsübergangs bereits gehaltenen Anteilen in Abhängigkeit ihrer Klassifizierung entweder erfolgsneutral (FVOCI) oder erfolgswirksam (FVPL). 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	
	2021	2022	2021	2022
Brasilianischer Real (BRL)	6,377	5,4076	6,3099	5,6423
Schweizer Franken (CHF)	1,0797	1,0017	1,0327	0,9848
Chinesischer Yuan (CNY)	7,6059	7,0736	7,1940	7,3631
Britisches Pfund (GBP)	0,8581	0,8548	0,8400	0,8869
Japanischer Yen (JPY)	130,3117	138,0567	130,4050	140,7200
Russischer Rubel (RUB)	87,3371	71,9647	85,3649	77,8827
Thailändischer Baht (THB)	37,8797	36,8021	37,6347	36,8486
US-Dollar (USD)	1,1815	1,0505	1,1326	1,0673

Die Bilanzierungsvorschriften von IAS 29 „Rechnungslegung in Hochinflationen“ wurden aufgrund des nur unwesentlichen Effekts auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns nicht angewendet.

Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Im Geschäftsjahr 2022 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, selbst-erstellten Erzeugnisse und die Einstandskosten der verkauften Handelswaren. Die Herstellungskosten der selbst-erstellten Erzeugnisse beinhalten neben den direkt zurechenbaren Kosten wie Material-, Personal- und Energiekosten auch die herstellungsbezogenen Gemeinkosten einschließlich der Abschreibungen auf Produktionsanlagen. In den Kosten der umgesetzten Leistungen sind 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 Grunds 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, Kassenbestände 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.

Langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen werden als zur Veräußerung gehalten eingestuft, wenn ihr Buchwert überwiegend durch ein Veräußerungsgeschäft und nicht durch fortgesetzte Nutzung realisiert werden soll. Die Bewertung von zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten und Veräußerungsgruppen erfolgt mit ihrem beizulegenden Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten (Level 3), sofern dieser niedriger ist als der Buchwert. Dabei bestimmt sich der beizulegende Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten im Allgemeinen aus (laufenden) Kaufpreisverhandlungen mit potenziellen Käufern.

Hierfür ist Voraussetzung, dass die als zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen in ihrem gegenwärtigen Zustand veräußert werden können und deren Veräußerung höchstwahrscheinlich ist. Dabei muss die Veräußerung innerhalb eines Jahres ab dem Zeitpunkt der Einstufung erfolgen. Vor der Umgliederung etwaiger Vermögenswerte in die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen werden die für den Bilanzposten einschlägigen Bewertungsvorschriften letztmalig angewandt. Nach der Einstufung werden für die Vermögenswerte keine planmäßigen Abschreibungen mehr erfasst. Ein sich aus der Anwendung oben aufgeführter Bewertungsgrundsätze ergebender Aufwand aus der Abwertung auf den beizulegenden Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten wird unter den Sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst.

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 Finanzierungs-komponente 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 nicht mit einer 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 liegt 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 beizulegenden 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	Bewertungsmethoden
Aktiva	
Geschäfts- oder Firmenwerte	Niedrigerer Wert aus Anschaffungskosten und erzielbarem Betrag
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	
mit unbestimmter Nutzungsdauer	Niedrigerer Wert aus Anschaffungskosten und erzielbarem Betrag
mit bestimmter Nutzungsdauer	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Sachanlagen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Finanzielle Vermögenswerte	
„Zu fortgeführten Anschaffungskosten“ (AC)	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
„Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert“ (FVOCI)	Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert
„Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ (FVPL)	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert
Vorräte	Niedrigerer Wert aus Anschaffungskosten und Nettoveräußerungswert
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen	Niedrigerer Wert aus (fortgeführten) Anschaffungskosten und Nettoveräußerungswert
Passiva	
Rückstellungen	
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	Anwartschaftsbarwertmethode
Sonstige Rückstellungen	Erfüllungsbetrag (mit höchster Eintrittswahrscheinlichkeit)
Finanzielle Verbindlichkeiten	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Sonstige Verbindlichkeiten	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 2022 einen Umsatz in Höhe von 1.419 Mio. € (Vorjahr: 1.433 Mio. €) und bilanzierten langfristige Vermögenswerte (nicht enthalten sind Finanzinstrumente, latente Steuern und Planvermögen) in Höhe von 1.492 Mio. € (Vorjahr: 1.330 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 3.444 Mio. € (Vorjahr: 2.249 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. €)

	31.12.2021	31.12.2022
Aktiva		
Immaterielle Vermögenswerte	538	1.111
Sachanlagen	1.845	2.201
Vorräte	1.144	1.557
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.306	1.508
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte (nicht enthalten sind Steuerforderungen)	202	258
Operatives Brutto-Vermögen	5.035	6.635
Nicht-operatives Brutto-Vermögen	6.264	5.713
Gesamt Aktiva laut Bilanz	11.299	12.348
Passiva		
Übrige Rückstellungen	709	760
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.973	2.328
Übrige Verbindlichkeiten (nicht enthalten sind Ertragsteuerverbindlichkeiten)	104	103
Operative Verbindlichkeiten	2.786	3.191
Eigenkapital	6.894	7.805
Nicht-operative Verbindlichkeiten	1.619	1.352
Gesamt Passiva laut Bilanz	11.299	12.348

Konsolidierungskreis, Akquisitionen und Divestments

In den Konzernabschluss werden neben der Beiersdorf AG 14 deutsche (Vorjahr: 16) und 171 internationale (Vorjahr: 160) Gesellschaften einbezogen, die die Beiersdorf AG mittelbar oder unmittelbar beherrscht.

Im Geschäftsjahr kamen 13 Gesellschaften, die in den Konzernabschluss der Beiersdorf AG einbezogen werden, neu hinzu. Darüber hinaus wurden zwei Gesellschaften aufgelöst und zwei Gesellschaften 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.

Wesentliche Akquisitionen

Mit dem Erwerb von 65 % weiterer Anteile an der Swiss Cosmetics Production AG zu einem Kaufpreis von 7 Mio. € (7 Mio. CHF) hat die La Prairie Group AG ihre Beteiligung aufgestockt und hält mit Wirkung zum 5. Januar 2022 100 % der Anteile. Unter Berücksichtigung der bisher gehaltenen Anteile beläuft sich der im Rahmen des Unternehmenszusammenschlusses erworbene Geschäfts- oder Firmenwert auf 10 Mio. € (10 Mio. CHF).

Bei der übernommenen Gesellschaft handelt es sich um einen Hersteller und Produzenten von Schweizer Premium-Kosmetik. Die Übernahme wird es La Prairie ermöglichen, die Produktion seiner edlen Hautpflegekollektionen am Schweizer Standort zu besitzen, die Effizienz in Produktion und Logistik zu steigern und besser auf unvorhergesehene Marktschwankungen zu reagieren.

Am 1. Februar 2022 übernahm Beiersdorf die Chantecaille Beaute Inc. (USA), ein Unternehmen für Prestige-Kosmetik, zu 100 % für einen Kaufpreis von 529 Mio. € (590 Mio. USD). In Abhängigkeit von der zukünftigen Entwicklung des Chantecaille Geschäfts kann sich der Kaufpreis in den nächsten drei Jahren um bis zu 90 Mio. € (100 Mio. USD) zusätzlich erhöhen. Im Halbjahresbericht 2022 wurde eine vorläufige Aufteilung des Kaufpreises vorgenommen, da zu diesem Zeitpunkt die Erstellung und Prüfung der für die Kaufpreisallokation relevanten Informationen noch nicht abgeschlossen waren. Zum Stichtag wurde die Kaufpreisallokation abgeschlossen. Nachfolgend sind die Wertansätze der endgültigen Kaufpreisaufteilung dargestellt.

Der im Rahmen der Kaufpreisaufteilung angesetzte Gesamtkaufpreis beträgt 553 Mio. € (617 Mio. USD). Dieser ergibt sich aus einem Basiskaufpreis nach Kaufpreisanpassungen von 533 Mio. € (595 Mio. USD) und erfolgsabhängigen Kaufpreiskomponenten von 20 Mio. € (22 Mio. USD), die mit ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet worden sind und erst in der Zukunft zur Zahlung fällig werden.

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. Durch die Übernahme von Chantecaille erweitert Beiersdorf das Portfolio im Prestige-Kosmetiksegment und stärkt seine Position, insbesondere in den USA, China und Korea. Chantecaille wird bei Beiersdorf im Bereich Consumer als komplementäre Selektivkosmetikmarke geführt.

Die erworbenen Chantecaille-Gesellschaften trugen in der Zeit von Februar bis Dezember 2022 mit 88 Mio. € Umsatzerlösen und einem betrieblichen Ergebnis (EBIT) unter Berücksichtigung von Sonder- und Erstkonsolidierungseffekten mit -3 Mio. € zum Konzernergebnis bei. Für den gesamten

Berichtszeitraum (12 Monate) der Chantecaille Gesellschaften würden sich die geschätzten Umsatzerlöse auf etwa 93 Mio. € und das geschätzte betriebliche Ergebnis (EBIT) unter Berücksichtigung von Sonder- und Erstkonsolidierungseffekten auf etwa –4 Mio. € belaufen. Bei der Ermittlung dieser Beträge wurde angenommen, dass die vorläufig ermittelten Anpassungen der beizulegenden Zeitwerte, die zum Erwerbszeitpunkt vorgenommen wurden, auch im Falle eines Erwerbs am 1. Januar 2022 gültig gewesen wären.

Die Akquisition fand im Rahmen eines Share Deals statt. Der Geschäfts- und Firmenwert in Höhe von 452 Mio. € (504 Mio. USD) umfasst den Wert der erwarteten Geschäftspotenziale aus dem Erwerb der Gesellschaft. Für steuerliche Zwecke wird die Akquisition als Asset Deal behandelt und führt steuerlich zu abzugsfähigen Abschreibungsbeträgen in den USA; dies gilt auch für den erworbenen Geschäfts- und Firmenwert. Die erworbenen Vermögenswerte stellen sich aufgrund der endgültigen Kaufpreisaufteilung zum 1. Februar 2022 wie folgt dar:

Aufteilung des Kaufpreises für den Erwerb von Chantecaille

(in Mio. €)

Gesamtkaufpreis	553
Vermögenswerte bewertet zum Zeitwert	62
Schulden bewertet zum Zeitwert	31
Markenrechte	58
Kundenstamm	16
Latente Steuerverpflichtung	4
Geschäfts- oder Firmenwert	452

Der Bruttobetrag der vertraglichen Forderungen beträgt 12 Mio. € (13 Mio. USD) und entspricht dem beizulegenden Zeitwert, wobei davon ausgegangen werden kann, dass die vertraglich vereinbarten Beträge in voller Höhe vereinnahmt werden können. Zum Erwerbszeitpunkt wurden keine wesentlichen Eventualverbindlichkeiten identifiziert.

Zum 15. Dezember 2022 hat Beiersdorf weitere Anteile an S-Biomedic NV (Belgien) erworben und hält damit eine Mehrheitsbeteiligung von 92,53 %. Vorbehaltlich einer endgültigen Kaufpreisaufteilung und für erste Indikationszwecke ist davon auszugehen, dass der Kaufpreis im Wesentlichen auf immaterielle Vermögenswerte entfallen wird.

S-Biomedic wurde 2014 gegründet. Das Unternehmen erforscht das empfindliche Gleichgewicht des Hautmikrobioms und entwickelt Wirkstoffe für kosmetische Produkte, die auf lebenden Hautbakterien basieren. Beiersdorf hat das Potenzial des Hautmikrobioms für die Hautpflege frühzeitig erkannt und verstärkt mit seiner Akquisition die Expertise auf dem Gebiet der Aknebehandlung.

Zum Zweck eines Wertminderungstests werden die im Rahmen der Unternehmenszusammenschlüsse erworbenen Geschäfts- oder Firmenwerte ab dem Erwerbszeitpunkt den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten des Konzerns zugeordnet, die vom Geschäftspotenzial aus dem Unternehmenszusammenschluss profitieren und daraus resultierende Cashflows erwirtschaften. Im Rahmen der Chantecaille Akquisition wurde ein Geschäfts- oder Firmenwert von 452 Mio. € (504 Mio. USD) auf die neue zahlungsmittelgenerierende Einheit Chantecaille (bestehend aus den einzelnen Ländergesellschaften der Chantecaille-Gruppe) allokiert. Der aus dem Erwerb von Swiss Cosmetics Production AG entstandene Geschäfts- und Firmenwert von 10 Mio. € (10 Mio. CHF) wurde auf die neue zahlungsmittelgenerierende Einheit La Prairie (bestehend aus den Einzelgesellschaften La Prairie Group Switzerland und La Prairie China) allokiert.

Wesentliche Divestments

Mit Wirkung zum 30. September 2022 hat die tesa SE die Tochtergesellschaft tesa Labtec GmbH für eine Gegenleistung von 9 Mio. € verkauft. Die tesa Labtec entwickelt und produziert arzneimittelhaltige Pflaster, sogenannte transdermale therapeutische Systeme, sowie Oral- und Bukkalfilme (arzneimittelhaltige Folien, die den Wirkstoff im Mund freisetzen beziehungsweise über die Mundschleimhaut abgeben) für die Pharmaindustrie. Das Ergebnis aus der Veräußerung der Gesellschaft von -6 Mio. € ist vollständig den Sondereffekten zugeordnet. Darüber hinaus gab es im Konzern im Berichtsjahr keine wesentlichen Divestments.

Inanspruchnahme von Befreiungsvorschriften

Folgende in den Konzernabschluss der Beiersdorf AG einbezogene deutsche Tochtergesellschaften machten im Geschäftsjahr 2022 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
- Beiersdorf Shared Services GmbH, Hamburg

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

01 Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse lagen im Geschäftsjahr 2022 bei 8.799 Mio. € (Vorjahr: 7.627 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 3.842 Mio. € (Vorjahr: 3.267 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 2.998 Mio. € (Vorjahr: 2.675 Mio. €). Darin sind Aufwendungen für klassische Werbung, Werbung am Verkaufsort (Point of Sale) und ähnliche Positionen von 1.883 Mio. € (Vorjahr: 1.689 Mio. €) enthalten.

04 Forschungs- und Entwicklungskosten

Die Forschungs- und Entwicklungskosten beliefen sich auf 291 Mio. € (Vorjahr: 268 Mio. €). In dem Bereich Consumer betragen die Forschungs- und Entwicklungskosten 216 Mio. € (Vorjahr: 202 Mio. €). In dem Bereich tesa beliefen sich die Forschungs- und Entwicklungskosten auf 75 Mio. € (Vorjahr: 66 Mio. €).

05 Allgemeine Verwaltungskosten

Die allgemeinen Verwaltungskosten lagen im abgelaufenen Geschäftsjahr bei 524 Mio. € (Vorjahr: 448 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.

06 Sonstige betriebliche Erträge

(in Mio. €)

	2021	2022
Gewinne aus Anlagenabgängen und Abgängen von sonstigen Vermögenswerten	3	17
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	57	82
Sonstige Erträge	183	167
	243	266

Die Gewinne aus Anlagenabgängen und Abgängen von sonstigen Vermögenswerten ergaben sich im Wesentlichen aus der Veräußerung eines nicht mehr benötigten Grundstücks bei der La Prairie Group AG. 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. Weiterhin sind in den sonstigen Erträgen Effekte aus der Integration des Chantecaille Geschäfts von 2 Mio. € enthalten. Im Vorjahr sind in den sonstigen Erträgen 30 Mio. € aus der Umsetzung eines im Zuge der Coppertone Akquisition übernommenen Liefervertrags enthalten, welcher im Geschäftsjahr 2022 ausgelaufen ist.

07 Sonstige betriebliche Aufwendungen

(in Mio. €)

	2021	2022
Restrukturierungsaufwendungen	54	61
Währungsergebnis aus dem operativen Geschäft	-5	69
Verluste aus Anlagenabgängen	3	5
Abschreibungen/Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte aus Akquisitionen	15	18
Sonstige Aufwendungen	212	165
	279	318

Die Restrukturierungsaufwendungen betreffen insbesondere Maßnahmen in der Supply Chain-Organisation sowie andere laufende Reorganisationen des Consumer Geschäfts. Die Abschreibungen und Wertminderungen der immateriellen Vermögenswerte zeigen Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte aus Akquisitionen in Höhe von 10 Mio. € (Vorjahr: 6 Mio. €) und eine Wertminderung von 8 Mio. € auf den Geschäfts- oder Firmenwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit tesa Twinlock.

In den sonstigen Aufwendungen sind die Aufwendungen im Zusammenhang mit dem „Care Beyond Skin“-Spendenprogramm in Höhe von 5 Mio. € (Vorjahr: 6 Mio. €) sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit der Integration der Chantecaille Gesellschaften in Höhe von 6 Mio. € enthalten. Weiterhin ist in den sonstigen Aufwendungen das Ergebnis aus der Veräußerung der tesa Labtec GmbH in Höhe von 6 Mio. € berücksichtigt. Im Vorjahr umfassen die sonstigen Aufwendungen außerdem Aufwendungen aus einem im Zuge der Coppertone Akquisition übernommenen Liefervertrag in Höhe von 28 Mio. €, welcher im Geschäftsjahr 2022 ausgelaufen ist. Des Weiteren beinhalten die

sonstigen Aufwendungen Zuführungen zu Rückstellungen für rechtliche und sonstige Risiken und andere betriebliche Aufwendungen.

08 Finanzergebnis

(in Mio. €)

	2021	2022
Zinserträge	32	36
Zinsaufwendungen	-14	-16
Pensionsergebnis	-8	-10
Übriges Finanzergebnis	-36	-6
	-26	4

Die Zinserträge resultieren hauptsächlich aus den Positionen „Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente“ sowie „Kurzfristige Wertpapiere“ und „Langfristige Wertpapiere“. Die hierin enthaltenen Zinserträge aus Finanzinvestitionen, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet wurden, betragen 15 Mio. € (Vorjahr: 16 Mio. €). Die Zinserträge aus Finanzinvestitionen, die erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertet wurden, betragen 2 Mio. € (Vorjahr: 3 Mio. €). Außerdem sind in den Zinserträgen auch Erträge aus Steuernachveranlagungen enthalten. Die Zinsaufwendungen enthalten Zinsaufwendungen aus Steuernachveranlagungen sowie Zinsaufwendungen aus Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 1 Mio. € (Vorjahr: 3 Mio. €). 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), Effekte aus Wechselkursentwicklungen sowie Wertminderungen bei operativen Beteiligungen.

09 Ertragsteuern

Der Ertragsteueraufwand einschließlich der latenten Steuern setzt sich wie folgt zusammen:

(in Mio. €)

	2021	2022
Tatsächliche Ertragsteuern		
Deutschland	76	65
International	193	272
	269	337
Latente Steuern	-17	-12
	252	325

Überleitung des tatsächlichen Ertragsteueraufwands

Der tatsächlich erfasste Ertragsteueraufwand liegt bei einer effektiven Steuerquote von 29,6 % (Vorjahr: 27,8 %) um 59 Mio. € (Vorjahr: 40 Mio. €) über dem erwarteten Ertragsteueraufwand. Der erwartete Steuersatz wird als gewichteter Durchschnitt aus den Steuersätzen der einzelnen Konzerngesellschaften ermittelt und beträgt 24,3 % (Vorjahr: 23,3 %).

Die Überleitung vom erwarteten zum tatsächlich erfassten Ertragsteueraufwand zeigt die folgende Tabelle:

Tatsächlicher Ertragsteueraufwand

(in Mio. €)

	2021	2022
Erwarteter Ertragsteueraufwand bei einem Steuersatz von 24,3 % (Vorjahr: 23,3 %)	212	266
Steuern Vorjahre	-14	-4
Steuerminderungen aufgrund steuerfreier Erträge	-18	-19
Steuermehrungen aufgrund steuerlich nicht abzugsfähiger Wertminderung des Geschäfts- oder Firmenwerts	2	2
Steuermehrungen aufgrund sonstiger steuerlich nicht abzugsfähiger Aufwendungen	53	55
Steuerminderungen aufgrund der Nutzung/Aktivierung bislang nicht angesetzter steuerlicher Verlustvorträge	-9	-5
Steuermehrungen aufgrund der Nichtansetzung steuerlicher Verlustvorträge	16	11
Sonstige Steuereffekte	10	19
Tatsächlicher Ertragsteueraufwand	252	325

Es bestehen steuerliche Verlustvorträge und noch nicht genutzte Steuergutschriften in Höhe von 148 Mio. € (Vorjahr: 255 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. €)

	31.12.2021	31.12.2022
Verfallsdatum innerhalb von		
1 Jahr	1	1
2 Jahren	1	4
3 Jahren	6	6
mehr als 3 Jahren	170	54
Unbegrenzt vortragsfähig	77	83
	255	148

Die latenten Steuern betreffen die folgenden Bilanzpositionen und Sachverhalte:

Zuordnung der latenten Steuern

(in Mio. €)

	Latente Steueransprüche		Latente Steuerverbindlichkeiten	
	31.12.2021	31.12.2022	31.12.2021	31.12.2022
Langfristige Vermögenswerte	15	19	90	104
Vorräte	33	44	–	–
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	15	17	17	25
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	119	40	1	54
Übrige Rückstellungen	75	66	28	36
Verbindlichkeiten	121	145	3	3
Thesaurierte Gewinne	–	–	30	24
Verlustvorräte	45	36	–	–
	423	367	169	246
Saldierungen	-131	-109	-131	-109
Latente Steuern in der Bilanz	292	258	38	137

Insgesamt ergab sich im Geschäftsjahr saldiert ein latenter Steueranspruch in Höhe von 121 Mio. € (Vorjahr: 254 Mio. €). Von der Veränderung in Höhe von -133 Mio. € (Vorjahr: -22 Mio. €) wurden erfolgsneutral und eigenkapitalmindernd 148 Mio. € gebildet (Vorjahr: eigenkapitalmindernd 41 Mio. €). 12 Mio. € (Vorjahr: 17 Mio. €) wurden ertragswirksam erfasst. Währungseffekte beeinflussten die Position mit 3 Mio. € (Vorjahr: 2 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 24 Mio. € (Vorjahr: 30 Mio. €) passive latente Steuern angesetzt worden.

Ertragsteuerforderungen zum Bilanzstichtag resultieren aus Erstattungsansprüchen sowie Forderungen in Zusammenhang mit unsicheren Steuerpositionen nach IFRIC 23.

10 Unverwässertes/Verwässertes Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie liegt für 2022 bei 3,33 € (Vorjahr: 2,81 €). 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

11 Immaterielle Vermögenswerte

Anschaffungskosten

(in Mio. €)

	Immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer	Immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer	Geschäfts- oder Firmenwerte	Gesamt
01.01.2021	516	243	258	1.017
Währungsänderungen	-29	-	13	-16
Akquisitionen	-	-	-	-
Zugänge	11	-	-	11
Abgänge	-15	-	-	-15
Umbuchungen	4	-	-	4
31.12.2021/01.01.2022	487	243	271	1.001
Währungsänderungen	5	-	31	36
Akquisitionen	75	-	499	574
Divestments	-28	-	-1	-29
Zugänge	5	-	-	5
Abgänge	-16	-	-	-16
Umbuchungen	2	-	-	2
31.12.2022	530	243	800	1.573

Abschreibungen/Wertminderungen

(in Mio. €)

	Immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer	Immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer	Geschäfts- oder Firmenwerte	Gesamt
01.01.2021	403	50	19	472
Währungsänderungen	-30	-	-1	-31
Akquisitionen	-	-	-	-
Zugänge	26	-	9	35
Abgänge	-13	-	-	-13
Umbuchungen	-	-	-	-
31.12.2021/01.01.2022	386	50	27	463
Währungsänderungen	1	-	-	1
Akquisitionen	-	-	-	-
Divestments	-27	-	-1	-28
Zugänge	33	-	8	41
Abgänge	-15	-	-	-15
Umbuchungen	-	-	-	-
31.12.2022	378	50	34	462

Buchwerte

(in Mio. €)

	Immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer	Immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer	Geschäfts- oder Firmenwerte	Gesamt
31.12.2021	101	193	244	538
31.12.2022	152	193	766	1.111

Geschäfts- oder Firmenwerte und immaterielle Vermögenswerte

Die Buchwerte der Geschäfts- oder Firmenwerte haben sich im Vergleich zum Vorjahr um 522 Mio. € auf 766 Mio. € (Vorjahr: 244 Mio. €) erhöht.

Die Veränderung zum Vorjahr ist insbesondere auf den im Rahmen der Chantecaille Akquisition entstandenen Geschäfts- oder Firmenwert von 473 Mio. € zurückzuführen, welcher vollständig auf die neue zahlungsmittelgenerierende Einheit Chantecaille allokiert worden ist. Weiterhin enthalten die Geschäfts- oder Firmenwerte im Unternehmensbereich Consumer im Wesentlichen den Geschäfts- oder Firmenwert in der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Nordamerika in Höhe von 168 Mio. € (Vorjahr: 159 Mio. €) sowie den auf die Beiersdorf AG (Schweiz) entfallenden Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 59 Mio. € (Vorjahr: 57 Mio. €). Die Veränderung gegenüber dem Vorjahr (oder für Chantecaille: gegenüber dem Wertansatz zum Erwerbszeitpunkt) ist auf Währungskurseffekte 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.

Im Rahmen der Kaufpreisaufteilung der Chantecaille Akquisition wurden Markenrechte sowie Kunden*innenbeziehungen aufgedeckt. Diese wurden vollständig als immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer klassifiziert. Die Abschreibung erfolgt entsprechend ihrer wirtschaftlichen Nutzungsdauer. Zum Stichtag beträgt der Buchwert 70 Mio. €.

Zum 31. Dezember 2022 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 Nutzungswerts 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 sowie entsprechende Diskontierungssätze. Die Detailplanung sieht jeweils ein moderates Umsatzwachstum sowie eine im Konzern geschäftsübliche EBIT-Umsatzrendite vor. Für die zahlungsmittelgenerierende Einheit Chantecaille sieht die Detailplanung ein für die entsprechenden Märkte geschäftsübliches Umsatzwachstum und eine geschäftsübliche EBIT-Umsatzrendite vor. Die geschätzten zukünftigen Cashflows basieren auf der Finanzplanung mit einem Planungshorizont von fünf Jahren. Cashflows jenseits der Planungsperiode werden unter Anwendung einer individuellen Wachstumsrate unter Berücksichtigung externer makroökonomischer und geschäftsspezifischer Faktoren extrapoliert. Dieser Wachstumsrate jenseits des Planungshorizonts (ewige Wachstumsrate) liegt für Nordamerika und die Schweiz jeweils ein Prozentsatz von 1,0 % (Vorjahr: 1,0 %) sowie für Chantecaille ein Prozentsatz von 2,5 % zu Grunde. Der zur Diskontierung der geschätzten Cashflows herangezogene gewichtete Vorsteuerdiskontierungssatz beträgt für Nordamerika 6,9 % (Vorjahr: 5,6 %), für die Schweiz 5,0 % (Vorjahr: 4,2 %) und für Chantecaille 8,3 %.

Aufgrund des erhöhten Wettbewerbsdrucks sowie steigender Beschaffungspreise und der damit einhergehenden schlechteren erwarteten Cashflows in der zahlungsmittelgenerierenden Einheit tesa Twinlock ergab sich im Rahmen des Werthaltigkeitstests eine Wertminderung von 8 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.

12 Sachanlagen

Eigene Sachanlagen

Anschaffungskosten

(in Mio. €)

	Grundstücke, grundstücks- gleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
01.01.2021	966	1.194	741	342	3.243
Währungsänderungen	15	10	10	5	40
Akquisitionen	–	–	–	–	–
Zugänge	21	27	47	307	402
Abgänge	-48	-39	-43	-18	-148
Umbuchungen	38	53	12	-109	-6
31.12.2021/01.01.2022	992	1.245	767	527	3.531
Währungsänderungen	12	7	4	5	28
Akquisitionen	8	3	5	–	16
Divestments	-5	-15	-5	-1	-26
Zugänge	12	39	50	441	542
Abgänge	-41	-48	-52	-6	-147
Umbuchungen	11	38	31	-164	-84
31.12.2022	989	1.269	800	802	3.860

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
01.01.2021	432	780	560	-1	1.771
Währungsänderungen	5	6	6	-	17
Akquisitionen	-	-	-	-	-
Zugänge	37	85	63	-	185
Abgänge	-32	-32	-39	-	-103
Umbuchungen	-	-	-	-	-
31.12.2021/01.01.2022	442	839	590	-1	1.870
Währungsänderungen	3	4	2	-	9
Akquisitionen	1	-	3	-	4
Divestments	-2	-12	-4	-1	-19
Zugänge	35	70	72	-	177
Abgänge	-34	-46	-50	-	-130
Umbuchungen	-41	-16	-7	-	-64
31.12.2022	404	839	606	-2	1.847

Buchwerte

(in Mio. €)

	Grundstücke, grundstücks- gleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
31.12.2021	550	406	177	528	1.661
31.12.2022	585	430	194	804	2.013

Der Buchwert der Sachanlagen betrug 2.013 Mio. € (Vorjahr: 1.661 Mio. €). Die Zugänge zum Sachanlagevermögen betragen 542 Mio. € (Vorjahr: 402 Mio. €). Die Investitionen betrafen im Wesentlichen die Werke der beiden Unternehmensbereiche Consumer und tesa. Die größten Investitionsprojekte umfassen dabei die Erweiterung der Werkstandorte in Deutschland (Leipzig), Polen sowie Mexiko (239 Mio. €). Der Bau der neuen Konzernzentrale führte zu Zugängen in Höhe von 29 Mio. €.

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
01.01.2021	225	4	43	-	272
Währungsänderungen	8	-	-	-	8
Akquisitionen	-	-	-	-	-
Zugänge	77	1	11	-	89
Abgänge	-22	-	-9	-	-31
Umbuchungen	-	-	-	-	-
31.12.2021/01.01.2022	288	5	45	-	338
Währungsänderungen	3	-	1	-	4
Akquisitionen	3	-	-	-	3
Zugänge	57	1	12	-	70
Abgänge	-20	-1	-15	-	-36
Umbuchungen	-	-	-	-	-
31.12.2022	331	5	43	-	379

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
01.01.2021	91	1	22	-	114
Währungsänderungen	3	-	-	-	3
Akquisitionen	-	-	-	-	-
Zugänge	53	1	13	-	67
Abgänge	-21	-	-9	-	-30
Umbuchungen	-	-	-	-	-
31.12.2021/01.01.2022	126	2	26	-	154
Währungsänderungen	1	-	-	-	1
Akquisitionen	-	-	-	-	-
Zugänge	55	1	13	-	69
Abgänge	-18	-	-15	-	-33
Umbuchungen	-	-	-	-	-
31.12.2022	164	3	24	-	191

Buchwerte

(in Mio. €)

	Grundstücke, grundstücks- gleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
31.12.2021	162	3	19	-	184
31.12.2022	167	2	19	-	188

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
31.12.2021	712	409	196	528	1.845
Eigene Sachanlagen	550	406	177	528	1.661
Leasing-Nutzungsrechte	162	3	19	–	184
31.12.2022	752	432	213	804	2.201
Eigene Sachanlagen	585	430	194	804	2.013
Leasing-Nutzungsrechte	167	2	19	–	188

Der Beiersdorf Konzern mietet im Bereich Immobilien im Wesentlichen Büroflächen, Lager 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 8 und 30.

13 Vorräte

(in Mio. €)

	31.12.2021	31.12.2022
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	266	366
Unfertige Erzeugnisse	63	78
Fertige Erzeugnisse, Handelswaren	811	1.109
Anzahlungen	4	4
	1.144	1.557

Die Vorräte erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um 413 Mio. € auf 1.557 Mio. €, davon waren 218 Mio. € (Vorjahr: 176 Mio. €) zu ihrem Nettoveräußerungswert bilanziert. Die Wertberichtigungen auf Vorräte betragen zum Bilanzstichtag 105 Mio. € (Vorjahr: 87 Mio. €).

14 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

(in Mio. €)

	31.12.2021	31.12.2022
Buchwert	1.306	1.508
Davon überfällig:		
1 bis 30 Tage	68	115
31 bis 60 Tage	14	18
mehr als 60 Tage	32	74

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. €)

	2021	2022
01.01.	51	50
Währungsänderungen	1	1
Zuführungen	16	10
Inanspruchnahmen	-1	-1
Auflösungen	-17	-6
31.12.	50	54

Weitere Informationen zu der Berechnung sind im Anhang im Abschnitt 29 „Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten, Finanzrisikomanagement und derivativen Finanzinstrumenten“ enthalten.

15 Sonstige Vermögenswerte und zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen

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.

Die zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen belaufen sich zum 31. Dezember 2022 auf 35 Mio. € (Vorjahr: 0 Mio. €).

Die Entwicklung ist im Wesentlichen auf die Veräußerung eines Produktionsstandorts (Veräußerungsgruppe von 26 Mio. € bestehend aus Anlagevermögen sowie Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen) in Nordamerika sowie auf die geplante Veräußerung eines Erbpachtgrundstücks (einschließlich Gebäuden) von 9 Mio. € in Asien für den Unternehmensbereich Consumer zurückzuführen. Die Veräußerung des Produktionsstandorts erfolgte zum 1. Februar 2023, die Veräußerung des Erbpachtgrundstücks soll im Laufe des Geschäftsjahres 2023 erfolgen.

Die Bewertung der zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen auf einen unterhalb des Buchwerts liegenden beizulegenden Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten führte im Geschäftsjahr 2022 zu einem Aufwand in Höhe von 9 Mio. €. Der hieraus resultierende Bewertungseffekt ist vollständig den Restrukturierungsaufwendungen im Zusammenhang mit Maßnahmen der Supply Chain-Organisation zuzuordnen (Anhangangabe 7).

16 Wertpapiere

(in Mio. €)

	31.12.2021	31.12.2022
Langfristige Wertpapiere	3.937	3.184
Zu fortgeführten Anschaffungskosten	3.937	3.184
Kurzfristige Wertpapiere	616	771
Zu fortgeführten Anschaffungskosten	397	533
Ergebnisneutral zum beizulegenden Zeitwert	203	155
Ergebniswirksam zum beizulegenden Zeitwert	16	83
	4.553	3.955

Der Beiersdorf Konzern hält insgesamt 3.955 Mio. € (Vorjahr: 4.553 Mio. €) an börsennotierten Staats- und Industrieanleihen, Commercial Papers, geldmarktnahen Publikumsfonds sowie Aktien und Aktienfonds. Bei Wertpapieren mit einem Buchwert von 3.184 Mio. € (Vorjahr: 3.937 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 7 Mio. €. Weitere Informationen finden sich im Abschnitt 29 „Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten, Finanzrisikomanagement und derivativen Finanzinstrumenten“.

17 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

(in Mio. €)

	31.12.2021	31.12.2022
Zahlungsmittel	953	1.004
Zahlungsmitteläquivalente	83	76
	1.036	1.080

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.

18 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 2022 lag die Eigenkapitalquote bei 63 % (Vorjahr: 61 %) und die EBIT-Rendite auf das operative Netto-Vermögen bei 32 % (Vorjahr: 42 %). Die ausgeschütteten Dividenden im Geschäftsjahr 2022 betragen 175 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.

19 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 Aktienrückerwerbs am 3. Februar 2004 und nach Durchführung des Aktiensplits im Jahr 2006 25.181.016 Stückaktien. Dies entspricht 9,99 % des Grundkapitals der Gesellschaft.

20 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:

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 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.

21 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.

22 Kapitalrücklage

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

23 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. €.

Im Geschäftsjahr 2022 hat Beiersdorf weitere Anteile an einer Tochtergesellschaft in Indonesien erworben. Die Transaktion wird erfolgsneutral in den Gewinnrücklagen abgebildet und resultiert in einer Verschiebung zwischen Mehrheiten- und Minderheitenanteil am Eigenkapital bei der Beiersdorf AG.

24 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 18 Mio. € (Vorjahr: -10 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 -10 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 3 Mio. € erfasst. Aufgrund des Einbezugs der S-Biomedic NV in den Konzern sind davon 4 Mio. € in die Gewinnrücklagen umgegliedert worden.

25 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 Aktionär*innen auf der Hauptversammlung genehmigt werden und wird daher nicht als Verbindlichkeit im Konzernabschluss bilanziert.

Gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 14. April 2022 wurde aus dem Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2021 im Jahr 2022 eine Dividende in Höhe von 0,70 € je dividendenberechtigter Stückaktie ausgeschüttet.

26 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. Aufgrund einer ergänzend eingeführten Einmalleistung für Bestandsrentner*innen und zukünftige Renteneintritte der Trägerunternehmen der TROMA Stiftung ist im Geschäftsjahr nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand in Deutschland entstanden.

Aufwendungen für Versorgungsleistungen

(in Mio. €)

	2021			2022		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Laufender Dienstaufwand	49	13	62	41	15	56
Nachzuverrechnender Dienstaufwand	–	–	–	9	–	9
Aufwendungen für leistungsorientierte Versorgungsleistungen (EBIT)	49	13	62	50	15	65
Zinsergebnis für leistungsorientierte Versorgungsleistungen (Pensionsaufwand (+)/ Pensionsertrag (-))	7	1	8	9	–	9
Gesamtaufwendungen für leistungsorientierte Versorgungsleistungen	56	14	70	59	15	74
Aufwendungen für beitragsorientierte Versorgungsleistungen (EBIT)	40	24	64	41	21	62
Gesamtaufwendungen für Versorgungsleistungen	96	38	134	100	36	136

Leistungsorientierte Pensionspläne

Die Plangestaltung variiert je nach rechtlichen, wirtschaftlichen und steuerlichen Gegebenheiten des jeweiligen Lands 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:

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

(in Mio. €)

	31.12.2021			31.12.2022		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen	1.647	287	1.934	1.224	235	1.459
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens	-864	-288	-1.152	-868	-246	-1.114
Nettoverpflichtung	783	-1	782	356	-11	345
Aufgrund der Vermögenswertbegrenzung nicht angesetzte Beträge	–	9	9	–	15	15
Andere in der Bilanz angesetzte Beträge	–	17	17	–	22	22
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	783	25	808	356	26	382

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 Versorgungsfalles 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 Mindestdotierungspflicht. 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 Vertreter*innen 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 arbeitnehmer*innenfinanzierten 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. Für Neueintritte bei tesa ab 2022 wird eine Mindestverzinsung von 1,5 % 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 %)

	2021		2022	
	Deutschland	Andere Länder	Deutschland	Andere Länder
Abzinsungssätze	1,25	1,42	3,70	3,68
Erwartete Lohn- und Gehaltssteigerungen	3,00	2,49	3,25	2,73
Erwartete Rentensteigerungen ¹	1,76	2,13	2,25	1,85
Erwartete Fluktuation	2,14	9,05	2,14	9,08

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 Gewinne im Berichtsjahr aufgrund der Veränderung finanzieller Parameter sind im Wesentlichen auf den Anstieg der Abzinsungssätze zurückzuführen. Die sonstigen Veränderungen im Berichtsjahr sind im Wesentlichen auf Veränderungen im Konsolidierungskreis zurückzuführen.

Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen

(in Mio. €)

	2021			2022		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
01.01.	1.758	271	2.029	1.647	287	1.934
Laufender Dienstzeitaufwand	49	13	62	41	15	56
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	–	–	–	9	–	9
Nettozinsaufwand	14	3	17	20	4	24
Versicherungsmathematische Gewinne (-) und Verluste (+)	-137	-7	-144	-455	-72	-527
Davon erfahrungsbedingt	3	4	7	49	6	55
Davon aufgrund der Veränderung finanzieller Parameter	-140	-8	-148	-558	-75	-633
Davon aufgrund der Veränderung demografischer Parameter	–	-3	-3	54	-3	51
Beiträge der Teilnehmenden des Plans	9	3	12	10	3	13
Gezahlte Versorgungsleistungen	-45	-9	-54	-45	-14	-59
Unterschied aus Währungsumrechnung	–	15	15	–	4	4
Sonstige Veränderungen	-1	-2	-3	-3	8	5
31.12.	1.647	287	1.934	1.224	235	1.459

Der Finanzierungsstatus des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtungen im Konzern stellt sich zum Bilanzstichtag wie folgt dar:

Finanzierungsstatus des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtungen

(in Mio. €)

	31.12.2021			31.12.2022		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Ganz oder teilweise aus Fonds finanzierte leistungsorientierte Verpflichtungen	1.640	270	1.910	1.219	218	1.437
Nicht aus Fonds finanzierte leistungsorientierte Verpflichtungen	7	17	24	5	17	22
Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen	1.647	287	1.934	1.224	235	1.459

Während der Berichtsperiode veränderte sich das Planvermögen wie folgt:

Beizulegender Zeitwert des Planvermögens

(in Mio. €)

	2021			2022		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
01.01.	818	246	1.064	864	288	1.152
Erträge aus Planvermögen	7	2	9	11	4	15
Versicherungsmathematische Gewinne (+) und Verluste (-)	3	18	21	-14	-56	-70
Tatsächliche Erträge aus Planvermögen	10	20	30	-3	-52	-55
Beiträge des Arbeitgebers	33	10	43	4	9	13
Beiträge der Teilnehmenden des Plans	13	3	16	13	4	17
Gezahlte Versorgungsleistungen	-9	-6	-15	-8	-11	-19
Unterschied aus Währungsumrechnung	-	15	15	-	3	3
Sonstige Veränderungen	-1	-	-1	-2	5	3
31.12.	864	288	1.152	868	246	1.114

Im Geschäftsjahr 2023 werden sich die Zuführungen des Arbeitgebers zum Planvermögen voraussichtlich auf 15 Mio. € belaufen. Zum Bilanzstichtag setzte sich das Planvermögen wie folgt zusammen:

Zusammensetzung des Planvermögens

(in Mio. €)

	31.12.2021			31.12.2022		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Eigenkapitalinstrumente	84	110	194	76	82	158
Fremdkapitalinstrumente	304	91	395	265	86	351
Immobilien	171	40	211	169	30	199
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	284	18	302	317	21	338
Sonstiges	21	29	50	41	27	68
Planvermögen gesamt	864	288	1.152	868	246	1.114

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 notierte 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 notierte Marktpreise in einem liquiden Markt. In Deutschland sind sie zu 57 % Unternehmensanleihen und zu 43 % 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 41 Mio. € (Vorjahr: 42 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 204 Mio. € (Vorjahr: 246 Mio. €).

Die folgende Übersicht zeigt Informationen zur gewichteten durchschnittlichen Laufzeit des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtungen sowie zur Fälligkeitsanalyse erwarteter Pensionszahlungen:

Duration und Fälligkeitsanalyse

	31.12.2021			31.12.2022		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Duration des Barwerts der Pensionsverpflichtungen (in Jahren)	18	17	18	15	13	14
Fälligkeitsanalyse der erwarteten Pensionszahlungen (in Mio. €)						
Bis 1 Jahr	48	10	58	57	12	69
Über 1 bis 2 Jahre	51	10	61	54	12	66
Über 2 bis 5 Jahre	164	32	196	198	39	237
Über 5 bis 10 Jahre	305	58	363	331	69	400

Die folgende Sensitivitätsanalyse zeigt die Auswirkung von singulären Parameteränderungen auf den Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen:

Sensitivität der leistungsorientierten Verpflichtungen

Veränderung des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtungen
(in Mio. €)

	31.12.2021			31.12.2022		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Diskontierungszins						
+0,50 %	-136	-18	-154	-80	-10	-90
-0,50 %	157	20	177	91	9	100
Erwartete Lohn- und Gehaltssteigerungen						
+0,25 %	5	1	6	2	1	3
-0,25 %	-5	-1	-6	-2	-1	-3
Erwartete Rentensteigerungen						
+0,25 %	34	6	40	21	3	24
-0,25 %	-33	-4	-37	-21	-2	-23
Erwartete Fluktuation						
+0,25 %	-	-2	-2	-	-1	-1
-0,25 %	-	2	2	-	1	1
Lebenserwartung						
Zunahme um ein Jahr	74	6	80	46	3	49
Abnahme um ein Jahr	-69	-6	-75	-44	-3	-47

Die Sensitivitätsanalyse beruht auf per Ende des Berichtsjahres 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.

27 Sonstige Rückstellungen

(in Mio. €)

	Personal	Marketing und Vertrieb	Rechtsstreitigkeiten und ähnliche Risiken	Übrige	Gesamt
01.01.2022	357	56	131	165	709
Davon langfristig	73	-	39	15	127
Währungseffekte	2	1	5	2	10
Zuführung	252	66	25	80	423
Verbrauch	214	35	5	44	298
Auflösung	26	5	26	27	84
31.12.2022	371	83	130	176	760
Davon langfristig	70	-	40	36	146

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, Jubiläumspflichten 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 27 Mio. € (Vorjahr: 24 Mio. €), Risiken in Zusammenhang mit Zollprüfungen in Höhe von 12 Mio. € (Vorjahr: 19 Mio. €), Patentrisiken in Höhe von 16 Mio. € (Vorjahr: 16 Mio. €) und Risiken aus sonstigen Rechtsstreitigkeiten in Höhe von 75 Mio. € (Vorjahr: 72 Mio. €). Die übrigen Rückstellungen verteilen sich über eine Vielzahl von Sachverhalten und Gesellschaften und enthalten unter anderem auch Rückstellungen für Restrukturierungen. Aus der Chantecaille Akquisition resultierende erfolgsabhängige Kaufpreiskomponenten werden ebenfalls unter den übrigen Rückstellungen ausgewiesen.

28 Verbindlichkeiten

Die Zusammensetzung der kurzfristigen Verbindlichkeiten ist der folgenden Tabelle zu entnehmen:

Kurzfristige Verbindlichkeiten

(in Mio. €)

	31.12.2021	31.12.2022
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (AC)	1.973	2.328
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	501	525
Andere finanzielle Verbindlichkeiten (AC)	473	515
Negative Zeitwerte von Derivaten (DF)	28	10
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	109	111
Verbindlichkeiten aus sonstigen Steuern	91	94
Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit	10	11
Übrige sonstige Verbindlichkeiten	8	6
	2.583	2.964

Die anderen finanziellen Verbindlichkeiten enthalten im Wesentlichen kurzfristige Darlehen gegenüber Banken in Höhe von 163 Mio. € (Vorjahr: 95 Mio. €), Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 78 Mio. € (Vorjahr: 76 Mio. €) und Verbindlichkeiten gegenüber der TROMA Alters- und Hinterbliebenenstiftung in Höhe von 204 Mio. € (Vorjahr: 246 Mio. €) aus Anlagetätigkeiten des TROMA Planvermögens. Die sonstigen kurzfristigen Verpflichtungen in Höhe von 111 Mio. € (Vorjahr: 109 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. Im Rahmen des strategischen Lieferantenmanagements bietet Beiersdorf weltweit ausgewählten Lieferanten die Teilnahme an einem Supply-Chain-Financing-Programm an. Teilnehmende Lieferanten stellen weiterhin die Rechnungen an Beiersdorf. Beiersdorf stellt die Rechnungen auf einer Plattform der Bank ein, damit die teilnehmenden Lieferanten die Chance haben, diese Rechnungen an die organisierende Bank zu veräußern und somit einen schnelleren Geldzufluss zu generieren. Inwieweit diese Möglichkeit zum Verkauf der Forderungen genutzt wird, ist Beiersdorf nicht bekannt und es entstehen Beiersdorf hieraus keine Kosten. Beiersdorf betrachtet diese Verbindlichkeit als Teil seines Working Capital Managements und da Beiersdorf keinerlei Kenntnis darüber hat, ob der jeweilige Lieferant diese Forderung an die organisierende Bank veräußert hat, klassifiziert Beiersdorf diese Verbindlichkeit weiterhin als Verbindlichkeit aus Lieferungen und Leistungen. Gegenüber Lieferanten, die an diesem Programm teilnehmen, betragen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen 149 Mio. € (Vorjahr: 98 Mio. €) zum Stichtag. Das durchschnittliche Zahlungsziel dieser Verbindlichkeiten lag bei 101 Tage.

Die langfristigen Verbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

Langfristige Verbindlichkeiten

(in Mio. €)

	31.12.2021	31.12.2022
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	106	117
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	1	–
	107	117

Die langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten beinhalten im Wesentlichen langfristige Leasingverbindlichkeiten.

29 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 2021 und zum 31. Dezember 2022 dar:

(in Mio. €)

2021	Buchwert 31.12	Wertansatz Bilanz nach IFRS 9			Beizulegender Zeitwert 31.12
		Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Beizulegender Zeitwert, erfolgsneutral	Beizulegender Zeitwert, erfolgswirksam	
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)	–	–	–	–	–

2022	Wertansatz Bilanz nach IFRS 9				Beizulegender Zeitwert 31.12
	Buchwert 31.12	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Beizulegender Zeitwert, erfolgsneutral	Beizulegender Zeitwert, erfolgswirksam	
Aktiva					
Zu fortgeführten Anschaffungskosten (AC)	6.438	6.438	–	–	6.116
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	29	29	–	–	29
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.508	1.508	–	–	1.508
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	104	104	–	–	104
Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente	1.080	1.080	–	–	1.080
Wertpapiere	3.717	3.717	–	–	3.395
Ergebnisneutral zum beizulegenden Zeitwert (FVOCI)	158	–	158	–	158
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	3	–	3	–	3
Wertpapiere	155	–	155	–	155
Ergebniswirksam zum beizulegenden Zeitwert (FVPL)	85	–	–	85	85
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	2	–	–	2	2
Wertpapiere	83	–	–	83	83
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)	43	–	35	8	43
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungsbeziehung (FVPL)	–	–	–	–	–
Passiva					
Andere finanzielle Verbindlichkeiten (AC)	2.960	2.960	–	–	2.960
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	117	117	–	–	117
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.328	2.328	–	–	2.328
Andere kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	515	515	–	–	515
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)	10	–	9	1	10
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. €)

31.12.2021	Bewertungshierarchien nach IFRS 13			Gesamt
	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
Aktiva				
Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert (FVOCI)	203	–	5	208
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	–	–	5	5
Wertpapiere	203	–	–	203
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert (FVPL)	16	–	–	16
Wertpapiere	16	–	–	16
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)	–	16	–	16
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungsbeziehung (FVPL)	–	–	–	–
Passiva				
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)	–	28	–	28
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungsbeziehung (FVPL)	–	–	–	–
Bewertungshierarchien nach IFRS 13				
31.12.2022	Bewertungshierarchien nach IFRS 13			Gesamt
	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
Aktiva				
Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert (FVOCI)	155	–	3	158
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	–	–	3	3
Wertpapiere	155	–	–	155
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert (FVPL)	83	–	2	85
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	–	–	2	2
Wertpapiere	83	–	–	83
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)	–	43	–	43
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungsbeziehung (FVPL)	–	–	–	–
Passiva				
Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)	–	10	–	10
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungsbeziehung (FVPL)	–	–	–	–

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.

2022 hat Beiersdorf Anleihen mit einem Buchwert von 240 Mio. € aus der Kategorie „Zu fortgeführten Anschaffungskosten“ (AC) in die Kategorie „Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ (FVPL)

umgegliedert und anschließend verkauft. Daraus resultierte ein Verlust 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 denominiert 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 33 Mio. € (Vorjahr: -12 Mio. €), die Nominalwerte lagen bei 1.712 Mio. € (Vorjahr: 1.881 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 2022 um 10 % aufgewertet gewesen wäre, wären die Marktwerte der direkt innerhalb der Sicherungsrücklage im Eigenkapital erfassten Devisentermingeschäfte um 42 Mio. € (Vorjahr: 45 Mio. €) höher gewesen. Bei einer entsprechenden Abwertung von 10 % wären die Marktwerte der direkt innerhalb der Sicherungsrücklage im Eigenkapital erfassten Devisentermingeschäfte um 49 Mio. € (Vorjahr: 54 Mio. €) niedriger gewesen. Zum 31. Dezember 2022 liegen keine offenen Positionen von erfolgswirksam erfassten Devisentermingeschäften ohne Sicherungsbeziehung vor.

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 Geschäftsjahres parallel zur Zinsstrukturkurve jeweils 100 Basispunkte höher (niedriger) gewesen, wäre das Finanzergebnis um 5 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 2022 6.724 Mio. € (Vorjahr: 7.044 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 Konjunktorentwicklungen 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 Anleiheremittenten für die Berechnung herangezogen.

Wertberichtigungen

(in Mio. €)

	2021	2022
Wertpapiere der Kategorie „Zu fortgeführten Anschaffungskosten“	4	6
Wertpapiere der Kategorie „Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert“	1	1
	5	7

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

30 Haftungsverhältnisse, sonstige finanzielle Verpflichtungen und rechtliche Risiken

(in Mio. €)

	31.12.2021	31.12.2022
Haftungsverhältnisse		
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	87	99
Sonstige finanzielle Verpflichtungen		
Verpflichtungen aus Bestellobligos	171	90
Davon fällig im Folgejahr	130	66
Davon fällig in 1 bis 5 Jahren	41	24

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Der Gesamtbetrag der Nominalwerte der sonstigen finanziellen Verpflichtungen beträgt 90 Mio. € (Vorjahr: 171 Mio. €).

Zum 31. Dezember 2022 betragen die zukünftigen undiskontierten Leasingverbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr 61 Mio. € (Vorjahr: 60 Mio. €) und mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr 140 Mio. € (Vorjahr: 134 Mio. €).

Leasingaufwendungen des Berichtsjahres beinhalteten Aufwendungen für kurzfristige Leasingverhältnisse in Höhe von 26 Mio. € (Vorjahr: 18 Mio. €), Aufwendungen für Leasingverhältnisse über geringwertige Vermögenswerte in Höhe von 2 Mio. € (Vorjahr: 3 Mio. €) sowie Aufwendungen aus variablen Leasingzahlungen in Höhe von 6 Mio. € (Vorjahr: 6 Mio. €). Insgesamt beliefen sich die Leasingauszahlungen im Geschäftsjahr 2022 auf 102 Mio. € (Vorjahr: 93 Mio. €).

Die zukünftigen Zahlungsmittelabflüsse aus Verlängerungsoptionen, deren zukünftige Ausübung aufgrund der fehlenden hinreichenden Sicherheit bei der Bewertung der Leasingverbindlichkeiten unberücksichtigt geblieben ist, betragen rund 104 Mio. € (Vorjahr: 106 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 Bundesgerichtshof (BGH) zugelassen. Der BGH hob das Berufungsurteil auf und hat das Verfahren an die zweite Instanz zur neuen Entscheidung zurückverwiesen. Das Verfahren richtet sich auch noch gegen sechs weitere Unternehmen. Es beinhaltet eine gesamtschuldnerisch gegen alle Beklagten erhobene Schadenersatzforderung in Höhe von etwa 200 Mio. € plus Zinsen. Entscheidungen über weitere erst- bzw. zweitinstanzlich gerichtlich geltend gemachte Schadenersatzansprüche im Zusammenhang mit diesem Kartellverfahren stehen noch aus. Beiersdorf bestreitet die Forderungen.

Der Bundesstaat São Paulo fordert von unseren brasilianischen Tochtergesellschaften des Unternehmensbereichs Consumer Steuernachzahlungen in Höhe von 77 Mio. € (Vorjahr: 66 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. Mögliche Steuernachforderungen für die Jahre 2010 bis 2017 sind zwischenzeitlich verjährt, weshalb für diesen Zeitraum keine weiteren Bescheide mit Steuernachzahlungen ergehen können. 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 27 Mio. € (Vorjahr: 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. € (Vorjahr: 47 Mio. €) belasten.

Darüber hinaus unterliegen einige unserer Tochtergesellschaften Zollprüfungen. Für die daraus resultierenden Risiken haben wir Rückstellungen in Höhe von 12 Mio. € (Vorjahr: 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.

31 Mitarbeitende und Personalaufwand

Die Beschäftigten sind in folgenden betrieblichen Funktionsbereichen tätig:

Anzahl Mitarbeitende am 31.12.

	2021	2022
Production, Supply Chain und Qualitätsmanagement	7.812	8.253
Marketing und Vertrieb	7.514	7.644
Forschung und Entwicklung	1.530	1.591
Andere Funktion	3.711	3.913
	20.567	21.401

Anzahl Mitarbeitende im Jahresdurchschnitt

	2021	2022
Production, Supply Chain und Qualitätsmanagement	7.857	8.166
Marketing und Vertrieb	7.479	7.681
Forschung und Entwicklung	1.494	1.573
Andere Funktion	3.648	3.813
	20.478	21.233

Die Personalaufwendungen betrugen 1.747 Mio. € (Vorjahr: 1.573 Mio. €). Diese teilen sich auf in Löhne und Gehälter in Höhe von 1.404 Mio. € (Vorjahr: 1.256 Mio. €), Aufwendungen für die soziale Sicherheit in Höhe von 217 Mio. € (Vorjahr: 192 Mio. €) und Aufwendungen für die Altersversorgung in Höhe von 126 Mio. € (Vorjahr: 125 Mio. €). Die Aufteilung der Beschäftigten nach den Unternehmensbereichen des Beiersdorf Konzerns ist in der Segmentberichterstattung dargestellt.

32 Honorare und Dienstleistungen des Abschlussprüfers

Die Hauptversammlung hat am 14. April 2022 die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft zum Abschlussprüfer und Konzernabschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2022 gewählt.

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über das Gesamthonorar der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft:

Konzernabschlussprüfer-Honorar

(in Tsd. €)

	2021	2022
Abschlussprüfungsleistungen	1.447	1.719
Andere Bestätigungsleistungen	222	252
Steuerberatungsleistungen	118	–
Sonstige Leistungen	67	–
	1.854	1.971

Nichtprüfungsleistungen umfassten im Geschäftsjahr 2022 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.

33 Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der Beiersdorf Aktiengesellschaft haben im Dezember 2022 die Entsprechenserklärung für das Geschäftsjahr 2022 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.

34 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 Aktiengesellschaft.

Für das Geschäftsjahr 2022 belaufen sich die Gesamtvergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats auf 1.673 Tsd. € (Vorjahr: 1.702 Tsd. €) und die Gesamtbezüge der Mitglieder des Vorstands auf 27.412 Tsd. € (Vorjahr: 16.131 Tsd. €), jeweils nach den handelsrechtlichen Vorschriften. Von den Gesamtbezügen der Mitglieder des Vorstands entfallen 15.406 Tsd. € (Vorjahr: 7.517 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 12.006 Tsd. € (Vorjahr: 8.614 Tsd. €). 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 5.128 Tsd. € (Vorjahr: 4.775 Tsd. €). Für die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und ihren Hinterbliebenen wurden insgesamt 54.674 Tsd. € (Vorjahr: 59.369 Tsd. €) zurückgestellt.

Im Geschäftsjahr 2022 fanden zwischen den Unternehmen der Beiersdorf Gruppe und Mitgliedern des Vorstands oder des Aufsichtsrats der Beiersdorf Aktiengesellschaft mit Ausnahme der Gewährung der im Vergütungsbericht dargestellten Bezüge keine weiteren wesentlichen Geschäftsvorfälle statt. Dies gilt entsprechend für nahe Familienangehörige dieses Personenkreises.

35 Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen

Die maxingvest ag hält seit dem 30. März 2004 mehr als 50 % des Grundkapitals der Beiersdorf Aktiengesellschaft. Die Beiersdorf Aktiengesellschaft 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 Aktiengesellschaft und der maxingvest ag besteht, stellt der Vorstand der Beiersdorf Aktiengesellschaft einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 Abs. 1 Satz 1 AktG auf. Im Geschäftsjahr 2022 haben die Beiersdorf Aktiengesellschaft 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.

36 Anteilsbesitz an der Beiersdorf Aktiengesellschaft

Folgende Beteiligungen sind der Beiersdorf Aktiengesellschaft bis zum Tag der Aufstellung des Abschlusses 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 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

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.

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.

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*	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.
S.P.M. Beteiligungs- und Verwaltungs GmbH	Hamburg, Deutschland (vormals Norderstedt, Deutschland)	Trivium Vermögensverwaltungs GmbH, Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
E. H. Real Vermögensverwaltungs GmbH (vormals firmierend unter E. H. Real Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH)	Hamburg, Deutschland (vormals Norderstedt, Deutschland)	Scintia Vermögensverwaltungs GmbH, E.H. Real Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG, Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Scintia Vermögensverwaltungs GmbH	Hamburg, Deutschland (vormals Norderstedt, Deutschland)	Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Trivium Vermögensverwaltungs GmbH	Hamburg, Deutschland (vormals Norderstedt, Deutschland)	Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Herr Michael Herz	Deutschland	S.P.M. Beteiligungs- und Verwaltungs GmbH, Trivium Vermögensverwaltungs GmbH, Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Herr Wolfgang Herz	Deutschland	E.H. Real Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH, E.H. Real Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG, Scintia Vermögensverwaltungs GmbH, Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Max und Ingeburg Herz Stiftung	Hamburg, Deutschland (vormals Norderstedt, Deutschland)	Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
maxingvest ag (vormals firmierend unter Tchibo Holding AG)	Hamburg, Deutschland	Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft

* Die folgenden meldepflichtigen Personen haben in der Folgezeit ihren Stimmrechtsanteil auf 0 % (0 Stimmrechte) heruntergemeldet: E. H. Real Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG (Norderstedt, Deutschland); Agneta Peleback-Herz (Deutschland); Joachim Herz, vertreten durch die Joachim Herz Stiftung als Rechtsnachfolgerin (Hamburg, Deutschland); Coro Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH (Hamburg, Deutschland); Ingeburg Herz GbR (Norderstedt, Deutschland). 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.³ 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.³

c) Stimmrechtsmitteilung gemäß § 21 Abs.1 WpHG a. F. vom 16. April 2009. Die Stimmrechtsmitteilung der E. H. Real Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH vom 11. März 2008 wurde hiermit zurückgenommen. Der Stimmrechtsanteil der E. H. 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 (Aktien-split) 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).³

2.

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/investor-relations/finanzberichte/stimmrechtsmitteilungen eingesehen werden.

Nachtragsbericht

In Folge eines technischen Zwischenfalls am 24. Januar 2023 in der italienischen Tochtergesellschaft Comet SpA in Solbiate con Cagno/Lombardei mussten Teile der Produktion an diesem Standort außer Betrieb genommen werden. Es wurden unmittelbar umfassende Maßnahmen eingeleitet, um mögliche Lieferausfälle zu kompensieren. Wir gehen derzeit von einem Erhaltungsaufwand im einstelligen Millionenbereich aus. Die Produktion eines großen Teils der Produkte kann, nach ersten Analysen, ohne Liefereinschränkungen an andere tesa-Produktionsstandorte verlagert werden. Eine vollständige Verlagerung ist voraussichtlich nicht möglich. Trotz eingeleiteter kompensatorischer Maßnahmen sind daher Umsatzausfälle nicht ausgeschlossen, deren Höhe zum jetzigen Zeitpunkt jedoch noch nicht hinreichend quantifiziert werden kann.

³ 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: maxingvest ag ¹
Martin Hansson Stellvertretender Vorsitzender bis 31.7.2022	Chief Executive Officer, Salix Group	Mitglied des Aufsichtsrats: TCHIBO GmbH ¹
Wolfgang Herz	Geschäftsführer Participia Holding GmbH	Vorsitzender des Aufsichtsrats: Blume 2000 SE ¹ TOPP Holding AG ¹ Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats: Libri GmbH ¹ Mitglied des Aufsichtsrats: maxingvest ag ¹ TCHIBO GmbH ¹
Uta Kemmerich-Keil seit 1.8.2022	Aufsichtsrätin / Beirätin / Verwaltungsrätin bei verschiedenen Unternehmen	Mitglied des Aufsichtsrats: Biotest AG ² Schott AG ¹ Affimed NV, Niederlande ² Karo Healthcare AB, Schweden ¹ Mitglied des Verwaltungsrats: Klosterfrau Zürich AG, Schweiz ¹
Andreas Köhn	Betriebsratsvorsitzender, Beiersdorf Manufacturing Hamburg GmbH	
Jan Koltze	Bezirksleiter, Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie	Mitglied des Aufsichtsrats: Aurubis AG ² ExxonMobil Central Europe Holding GmbH ¹ maxingvest ag ¹
Dr. Dr. Christine Martel	Business Executive Officer (BEO), Nestlé Suisse S.A.	
Olaf Papier	Betriebsratsvorsitzender, Beiersdorf AG	
Frédéric Pflanz* Stellvertretender Vorsitzender seit 2.9.2022	Chief Financial Officer, maxingvest ag	Mitglied des Verwaltungsrats: Cambiata Schweiz AG, Schweiz ¹ Mitglied des Board of Directors: Cambiata Ltd., British Virgin Islands ¹
Prof. Dr. Reinhard Pöllath Vorsitzender	Rechtsanwalt, P+P Pöllath + Partners	Vorsitzender des Aufsichtsrats: Elektrobau Muldingen GmbH (seit 22.8.2022) ¹ maxingvest ag ¹ Wanzl GmbH & Co. KGaA ¹ Mitglied des Aufsichtsrats: Elektrobau Muldingen GmbH (22.6.2022 bis 21.8.2022) ¹ TCHIBO GmbH ¹ Wanzl GmbH & Co. Holding KG ¹
Prof. Manuela Rousseau* Stellvertretende Vorsitzende	Senior Advisor Global Diversity & Inclusion, Beiersdorf AG, Professorin an der Hochschule für Musik und Theater, Hamburg	
Kirstin Weiland	Betriebsratsvorsitzende, tesa SE	Mitglied des Aufsichtsrats: tesa SE (konzernintern) ¹

¹ Nicht börsennotiert

² Börsennotiert

* 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
Wolfgang Herz	Reiner Hansert	Reiner Hansert	Hong Chow	Martin Hansson bis 31.7.2022	Hong Chow
Frédéric Pflanz	Martin Hansson bis 31.7.2022	Martin Hansson bis 31.7.2022	Martin Hansson bis 31.7.2022	Olaf Papier	Reiner Hansert
Prof. Manuela Rousseau	Uta Kemmerich-Keil seit 2.9.2022	Uta Kemmerich-Keil seit 2.9.2022	Dr. Dr. Christine Martel	Frédéric Pflanz seit 2.9.2022	Andreas Köhn
	Olaf Papier	Dr. Dr. Christine Martel	Frédéric Pflanz seit 2.9.2022	Prof. Manuela Rousseau	Prof. Dr. Reinhard Pöllath
	Frédéric Pflanz	Olaf Papier			Kirstin Weiland

Vorstand

Name	Funktion	Verantwortlichkeiten	Mitgliedschaften ¹
Vincent Warnery	Vorsitzender	Unternehmensentwicklung & Strategie Interne Revision Supply Chain & Qualitätssicherung Forschung & Entwicklung Konzernkommunikation Nachhaltigkeit Greater China / Korea Japan	
Oswald Barckhahn	Europe USA / Canada	Europa USA / Kanada	
Astrid Hermann	Finance tesa SE	Finanzen & Controlling Recht & Compliance IT tesa SE	Stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrats: tesa SE (konzernintern) ²
Thomas Ingelfinger bis 30.6.2022			Vorsitzender des Beirats: Tengelmann Verwaltungs- und Beteiligungs GmbH ²
Nicola Lafrentz seit 1.5.2022	Human Resources seit 1.8.2022	Personal General Services & Real Estate (Arbeitsdirektorin)	
Zhengrong Liu bis 31.12.2022	Human Resources bis 31.7.2022		
Grita Loepsack seit 1.1.2022	NIVEA	Brand Management Digital Marketing	
Ramon A. Mirt	Emerging Markets	Lateinamerika Afrika Asien (ohne Greater China) Russland	
Patrick Rasquinet	Pharmacy & Selective	Derma Health Care La Prairie Chantecaille	

¹ Die Mitglieder des Vorstands der Beiersdorf Aktiengesellschaft nehmen im Zusammenhang mit ihrer Aufgabe der Steuerung und Überwachung des Konzerns auch Mandate in vergleichbaren Kontrollgremien bei Konzern- und Beteiligungsgesellschaften wahr.

² Nicht börsennotiert

Hamburg, 6. Februar 2023

Beiersdorf Aktiengesellschaft

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 2022, der Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung, der Konzerngesamtergebnisrechnung, der Konzernkapitalflussrechnung und der Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2022 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 2022 geprüft. Die in der Anlage 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 2022 sowie seiner Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2022 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. Wir geben kein Prüfungsurteil zu den in der Anlage genannten Bestandteilen des Konzernlageberichts, ab.

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 2022 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 auszuübende 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 2022 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 Einzelsachverhalte 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 09 sowie im Abschnitt „Sonstige Angaben“ unter Textziffer 30.

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 BGH eingelegt. Die Revision wurde auf die Nichtzulassungsbeschwerde des Klägers hin ohne Begründung durch den BGH im Januar 2022 zugelassen. Der BGH hat der Nichtzulassungsbeschwerde stattgegeben, die Entscheidung der zweiten Instanz aufgehoben und die Sache zur neuen Verhandlung zurückverwiesen. 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 Einzelsachverhalte 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 Rechtsanwaltsbestätigungen von den seitens der Beiersdorf Aktiengesellschaft beauftragten externen Rechtsanwälte eingeholt. Wir haben diese Rechtsanwaltsbestätigungen sowie ergänzende interne Dokumentationen der Beiersdorf Aktiengesellschaft kritisch hinsichtlich möglicher Änderungen der ursprünglichen Risikoeinschätzung und der Ermittlung der Höhe eines möglichen Schadens durchgesehen und beurteilt. Unterstützt durch unsere Rechtsexperten haben wir 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 30.

4) Bilanzielle Abbildung der Akquisition sowie die Werthaltigkeit des Geschäfts- oder Firmenwertes der Chantecaille Gruppe

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt

Beiersdorf Inc., Stamford, USA, eine 100-prozentige Tochter der Beiersdorf Aktiengesellschaft, akquirierte am 1. Februar 2022 (Erwerbszeitpunkt) die Chantecaille Beaute Inc., New York, USA (im Folgenden Chantecaille Gruppe). Seitdem hält die Beiersdorf Aktiengesellschaft mittelbar über ihre Tochtergesellschaften sämtliche Anteile an der Chantecaille Gruppe. Der Erwerb wurde gemäß IFRS 3 – Unternehmenszusammenschlüsse - auf Basis der abgeschlossenen Kaufpreisallokation bilanziert.

Die erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden werden jeweils zum Erwerbszeitpunkt mit den beizulegenden Zeitwerten angesetzt. Als Geschäfts- oder Firmenwert wird der verbleibende Teil des Kaufpreises angesetzt, der nicht im Rahmen der Kaufpreisallokation auf die erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden verteilt wird. Der aus der Erstkonsolidierung resultierende Geschäfts- oder Firmenwert sowie die erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden werden Bestandteil einer zahlungsmittelgenerierenden Geschäftseinheit des Beiersdorf-Konzerns.

Für einzelne der erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte, insbesondere Markenname und Kundenbeziehungen, liegen keine beobachtbaren Marktwerte vor. Zur Bestimmung der entsprechenden beizulegenden Zeitwerte im Rahmen der Kaufpreisallokation im Zeitpunkt der Erstkonsolidierung sowie im Rahmen der Werthaltigkeitsüberprüfung zum Bilanzstichtag kommen deshalb komplexe, annahmenbasierte Bewertungsmodelle zur Anwendung. Die Bewertung dieser Vermögenswerte ist daher in hohem Maße von der Einschätzung der künftigen Zahlungsströme sowie von den verwendeten gewichteten Kapitalkosten abhängig und aufgrund der zu treffenden Annahmen und Ermessensspielräume mit erheblichen Unsicherheiten behaftet.

Vor dem Hintergrund der zugrunde liegenden Komplexität der Bewertungsmodelle, die unter anderem maßgeblich für die Allokation des Kaufpreises sind, und der vorhandenen Schätzunsicherheiten und Ermessensspielräume, sowie der Wesentlichkeit des Geschäfts- oder Firmenwertes der Chantecaille Gruppe für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Beiersdorf-Konzerns und des damit verbundenen bedeutsamen Risikos wesentlicher falscher Darstellungen waren im Rahmen unserer Prüfung die bilanzielle Abbildung der Akquisition sowie die Werthaltigkeit des Geschäfts- oder Firmenwertes der Chantecaille Gruppe einer der bedeutsamsten Prüfungssachverhalte.

Prüferisches Vorgehen

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir die von den gesetzlichen Vertretern des Beiersdorf-Konzerns implementierten Prozesse zur Planung künftiger erwarteter Zahlungsströme, zur Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte von Vermögenswerten und Schulden zum Erstkonsolidierungszeitpunkt sowie zur Überprüfung der Werthaltigkeit des Geschäfts- oder Firmenwertes zum Bilanzstichtag auf mögliche Fehlerrisiken analysiert und uns ein Verständnis über die Prozessschritte verschafft. Unsere Prüfungshandlungen in Bezug auf die Kaufpreisallokation, bei denen wir auf die Expertise unserer internen Bewertungsexperten zurückgegriffen haben, beinhalteten unter anderem die Beurteilung des methodischen und rechnerischen Vorgehens des von den gesetzlichen Vertretern hinzugezogenen externen Gutachters zur Identifizierung und Bewertung der erworbenen Vermögenswerte sowie der übernommenen Verbindlichkeiten und der Ermittlung des Geschäfts- oder Firmenwertes nach den Vorgaben des IFRS 3. Die herangezogenen künftig erwarteten Zahlungsströme, die der Kaufpreisallokation sowie der Werthaltigkeitsüberprüfung des Geschäfts- oder Firmenwertes zu Grunde lagen, haben wir auf der Basis der in der Vergangenheit erwirtschafteten Ergebnisse und der uns von den gesetzlichen Vertretern des Beiersdorf-Konzerns erteilten Auskünfte bezüglich der erwarteten wirtschaftlichen Entwicklung der Chantecaille Gruppe plausibilisiert. Ebenso wurden die Prognosen hinsichtlich der künftig erwarteten Zahlungsmittelzu- und -abflüsse durch einen Vergleich mit der konzerninternen systemseitigen Budgetplanung sowie unter Nutzung der Erwartungen von Analysten und Branchenverbänden zur allgemeinen wirtschaftlichen sowie marktspezifischen Entwicklung beurteilt. Zur Beurteilung der Planungstreue erfolgte, sofern verfügbar, stichprobenweise ein Soll-Ist-Abgleich von historischen Plandaten mit den tatsächlichen Ergebnissen. Außerdem haben wir die vom Vorstand genehmigten Budgetplanungen zu den uns vorgelegten Bewertungen abgestimmt.

Zusätzlich haben wir die Kompetenz, die Fähigkeiten und die Objektivität des von den gesetzlichen Vertretern für die Durchführung der Kaufpreisallokation beauftragten Gutachters beurteilt. Ergänzend haben wir mit Unterstützung interner Bewertungsspezialisten die der Kaufpreisallokation zu Grunde gelegten Annahmen und ermessensbehafteten Schätzungen (insbesondere zu Wachstumsraten, Kapitalkostensätzen, Lizenzgebührensätzen und Restnutzungsdauern) zur Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte der erworbenen, identifizierbaren Vermögenswerte (insbesondere der erworbenen Kundenbeziehungen und des Markennamens) daraufhin analysiert, ob diese allgemeinen wirtschaftlichen Rahmendaten und branchenspezifischen Markterwartungen entsprechen. Die Annahmen zu den zugrunde liegenden Fremdkapitalkosten haben wir unter anderem mit der aktuellen Zinsentwicklung abgeglichen, bezüglich der Eigenkapitalkosten haben wir insbesondere über die Zusammensetzung der herangezogenen Vergleichsunternehmen den verwendeten Beta-Faktor beurteilt sowie den Eigenkapitalzinssatz mit verfügbaren Marktdaten abgeglichen.

Bezüglich der Werthaltigkeit des Geschäfts- oder Firmenwertes der Chantecaille Gruppe haben wir die Zusammensetzung der Buchwerte der zahlungsmittelgenerierenden Geschäftseinheit insbesondere anhand der Kriterien des IAS 36 auf Vollständigkeit gewürdigt. Des Weiteren haben wir die Berechnung der Buchwerte der zahlungsmittelgenerierenden Geschäftseinheit sowie ihre Einbeziehung in den Konzernabschluss nachvollzogen. Ebenfalls haben wir die Gegenüberstellung des erzielbaren Betrages zum Buchwert der zahlungsmittelgenerierenden Geschäftseinheit prüferisch gewürdigt. Um den potenziellen Einfluss von Veränderungen der verwendeten Berechnungsparameter sowie der erwarteten Zahlungsströme auf den erzielbaren Betrag zu verstehen und somit ein mögliches

Wertminderungsrisiko beurteilen zu können, haben wir das Ausmaß der Unsicherheit der künftigen finanziellen Überschüsse auf Basis von Szenarien und Ergebnisbandbreiten gewürdigt und zudem zur Verifizierung des Mandantenergebnisses eigene Sensitivitätsanalysen vorgenommen.

Weiterhin haben wir die Angaben im Konzernanhang zum Erwerb der Chantecaille Gruppe nach IFRS 3 sowie zur Werthaltigkeit des Geschäfts- oder Firmenwertes nach IAS 36 im Hinblick auf die sich aus den IFRS-Vorschriften ergebenden Anforderungen gewürdigt.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich keine Einwendungen hinsichtlich der bilanziellen Abbildung der Akquisition sowie der Werthaltigkeit des Geschäfts- oder Firmenwertes aus der Erstkonsolidierung der Chantecaille Gruppe ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben

Zu den Angaben und angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen zum Erwerb der Chantecaille Gruppe verweisen wir auf die Angaben im Konzernanhang im Abschnitt „Konsolidierungskreis, Akquisitionen und Divestments“ im Unterabschnitt „Wesentliche Akquisitionen“. Zur Werthaltigkeit des Geschäfts- oder Firmenwertes aus der Erstkonsolidierung verweisen wir auf die Angaben im Konzernanhang im Abschnitt „Immaterielle Vermögenswerte“ unter Textziffer 11.

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 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 falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (d. h. Manipulationen der Rechnungslegung und Vermögensschädigungen) oder Irrtümern 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 falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern 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 dolosen Handlungen oder Irrtümern 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 falscher Darstellungen im Konzernabschluss und im Konzernlagebericht aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern, 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 aus dolosen Handlungen resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist höher als das Risiko, dass aus Irrtümern resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, da dolose Handlungen kollusives 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 „Beiersdorf_AG_KA+KLB_ESEF_2022-12-31.zip“ 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 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 2022 hinaus geben wir keinerlei Prüfungsurteil zu den in diesen Wiedergaben enthaltenen Informationen sowie zu den anderen in der oben genannten Datei enthaltenen Informationen ab.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Prüfung der in der oben genannten Datei enthaltenen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit § 317 Abs. 3a HGB unter Beachtung des IDW Prüfungsstandards: Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben von Abschlüssen und Lageberichten nach § 317 Abs. 3a HGB (IDW PS 410 (06.2022)) 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 des Prozesses 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 14. April 2022 als Konzernabschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 20. Mai 2022 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 in das Unternehmensregister einzustellenden 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

Die für die Prüfung verantwortliche Wirtschaftsprüferin ist Britta Siemer.

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
- Kapitel „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“
- Abschnitt „Auf starkem Fundament aufbauen: Kultur - Core Values - Fähigkeiten - Care Beyond Skin“ des Kapitels „Geschäft und Strategie“
- Abschnitte; „F&E Nachhaltigkeitsversprechen“; „Produkt-Highlights“; „tesa - Produkt- und Technologie-Entwicklung“ des Kapitels „Forschung und Entwicklung“
- Kapitel „Menschen bei Beiersdorf“
- Kapitel „Nachhaltigkeit“
- Abschnitt „Angemessenheit und Wirksamkeit der internen Kontroll- und Risikomanagementsysteme“ des Kapitels „Risikobericht“
- Bericht zur Gleichstellung und Entgeltgleichheit gem. §§ 21, 22 EntgTranspG.“

Hamburg, 17. Februar 2023

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Janze
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 2022“ 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 2022 bis 31. Dezember 2022 (im Folgenden die „nichtfinanzielle Erklärung“) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Sonstige Verweise auf Angaben außerhalb der nichtfinanziellen Erklärung 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 eigener 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.

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 nichtfinanziellen Erklärung beauftragt sind, zur Beurteilung des Berichtserstattungssystems, 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 taxonomiekonformen 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 2022 bis 31. Dezember 2022 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 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, 17. Februar 2023

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Nicole Richter
Wirtschaftsprüferin

Annette 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, 6. Februar 2023

Der Vorstand



Vincent Warnery

Vorsitzender des Vorstands



Oswald Barckhahn

Mitglied des Vorstands



Astrid Hermann

Mitglied des Vorstands



Nicola D. Lafrentz

Mitglied des Vorstands



Grita Loeb sack

Mitglied des Vorstands



Ramon A. Mirt

Mitglied des Vorstands



Patrick Rasquinet

Mitglied des Vorstands

- 
- S. 271 VERGÜTUNGSBERICHT**
 - S. 300 ZEHNJAHRESÜBERSICHT**
 - S. 301 ANTEILSBESITZLISTE**
 - S. 307 IMPRESSUM**
 - S. 308 FINANZKALENDER**

WEITERE INFORMATIONEN

Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht erläutert Struktur und Höhe der Vergütung der gegenwärtigen und früheren Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der Beiersdorf AG im Geschäftsjahr 2022. 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, um ein erhöhtes Maß an Nachvollziehbarkeit und Transparenz zu gewährleisten. 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 beigefügt.

Die Hauptversammlung hat am 14. April 2022 den erstmals nach § 162 AktG erstellten und geprüften Vergütungsbericht für das Geschäftsjahr 2021 mit einer Mehrheit von rund 73 % der abgegebenen Stimmen gebilligt. Vorstand und Aufsichtsrat haben sich sehr sorgfältig mit den Anmerkungen und Kritikpunkten, die von Investorensseite im Hinblick auf den Vergütungsbericht 2021 an die Gesellschaft herangetragen worden sind, auseinandergesetzt und diese, soweit es Aufsichtsrat und Vorstand sinnvoll und angemessen erschien, bei der Erstellung des vorliegenden Vergütungsberichts berücksichtigt. Insbesondere wurde entschieden, den Ausweis der „gewährten und geschuldeten“ Vergütung gemäß § 162 AktG anzupassen. Abweichend vom Vergütungsbericht 2021 wird diejenige Vergütung als im Geschäftsjahr „gewährt“ ausgewiesen, für die die zugrunde liegende (ein- oder mehrjährige) Tätigkeit mit Ablauf des Geschäftsjahres vollständig erbracht und die somit erdient worden ist, auch wenn der Zufluss (d. h. die tatsächliche Auszahlung) erst im folgenden Geschäftsjahr erfolgt. Dieser Ausweis soll eine transparente und verständliche Berichterstattung sowie die Vergleichbarkeit zwischen erbrachter Leistung und Vergütung im Berichtszeitraum gewährleisten. Insbesondere im Hinblick auf den kurzfristigen variablen Bonus für das Geschäftsjahr 2022 wird ein direkter Vergleich zwischen der Zielerreichung und der Geschäftsentwicklung des Unternehmens im Geschäftsjahr 2022 ermöglicht. Diese Methodik der Darstellung entspricht der inzwischen ganz herrschenden Praxis. Darüber hinaus werden die Leistungskriterien sowie die Zielwerte der variablen Vergütung der Vorstandsmitglieder im Vergleich zum Vergütungsbericht 2021 detaillierter erläutert. Für jedes Vorstandsmitglied wird die Zielerreichung der individuellen Ziele offengelegt. Ferner wird in der vergleichenden Darstellung der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung mit der Ertragsentwicklung des Unternehmens und der durchschnittlichen Vergütung der maßgeblichen Mitarbeitenden nicht nur die prozentuale Veränderung der Vergütung der Mitarbeitenden ausgewiesen. Vielmehr werden – über die gesetzlichen Vorgaben hinaus – auch absolute Zahlen angegeben.

1. Vergütung des Vorstands

Der Aufsichtsrat ist für die Festlegung der Vergütung der Mitglieder des Vorstands zuständig. Er befasste sich in seinen Sitzungen am 4. Februar 2022, 22. Februar 2022, 14. April 2022, 28. April 2022, und 2. Dezember 2022 mit der Struktur und Angemessenheit der Vorstandsvergütung oder mit individuellen Vergütungsfragen. Am 3. Februar 2023 stellte der Aufsichtsrat die Vergütung des Vorstands für das Geschäftsjahr 2022 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

im Internet unter www.beiersdorf.de/investor-relations/corporate-governance/verguetung-von-vorstand-und-aufsichtsrat 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 Vergütungssystems mit Wirkung zum 1. Januar 2021 grundsätzlich vereinbart. Für die 2022 ausgeschiedenen Mitglieder des Vorstands galt überwiegend das frühere Vergütungssystem, das zuletzt von der Hauptversammlung am 20. April 2017 mit einer Mehrheit von 77,3 % der abgegebenen Stimmen gebilligt worden war; insbesondere galt dies hinsichtlich der langfristigen variablen Vergütung.

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 einen Mehrwert für die Menschen und die Gesellschaft zu schaffen – wettbewerbsfähig und nachhaltig zu wachsen. Dadurch will Beiersdorf seine Stellung im Hautpflegemarkt 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. Sowohl die kurzfristige als auch die langfristige variable Vergütung enthielt in 2022 daher konkrete Leistungskriterien, die an den fünf Prioritäten der Strategie C.A.R.E.+ ausgerichtet sind.

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.
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 Vorstandmitglieder 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 Vergütungssystem für den Vorstand steht im Einklang mit dem deutschen Aktiengesetz und berücksichtigt die Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex.

Verfahren zur Festsetzung, 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 (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 zu vergleichbaren Unternehmen (horizontaler Vergleich) und innerhalb der Gesellschaft zu 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 2022 geltende kurzfristige variable Vergütung hat der Aufsichtsrat die Leistungskriterien nach Vorlage der vom Vorstand erstellten Jahresplanung 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. Für den variablen Bonus 2022 hat der Aufsichtsrat die konkrete Zielerreichung in seiner Sitzung am 3. Februar 2023 festgelegt (siehe hierzu auch unter lit. e) im nachstehenden Abschnitt „Vergütungsstruktur und Vergütungselemente“).

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, die im Vergütungssystem offengelegt sind, handelt es sich einerseits um die Unternehmen der deutschen Aktienindizes DAX und MDAX sowie andererseits um eine internationale Branchen-Peergroup. 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.

Der Aufsichtsrat hat die Angemessenheit und Marktüblichkeit der Vorstandsvergütung zuletzt im Rahmen der Festlegung der konkreten Zielvergütung für 2023 bestätigt.

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 („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).

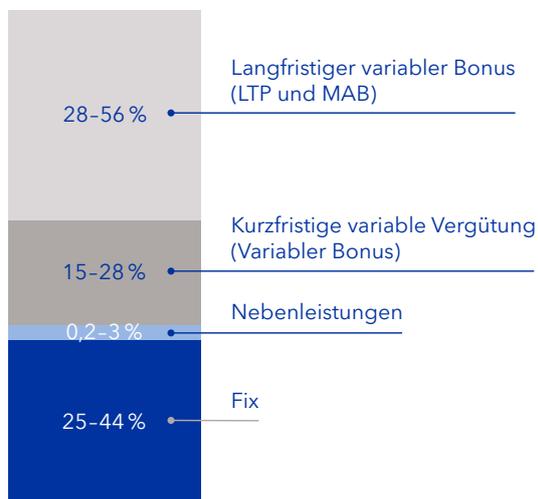
Der LTP kann in eine Pensionszusage in Form einer beitragsorientierten Leistungszusage überführt werden (siehe nachstehend unter lit. g)). Sonst bestehen für die amtierenden Mitglieder des Vorstands keine Pensionszusagen.

Vergütungsbestandteile

Erfolgsunabhängige Vergütung	Grundvergütung	Fixe jährliche Vergütung, die in zwölf gleichen Teilen zum Ende eines Kalendermonats ausgezahlt 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/nichtfinanziell) und individuelle Ziele • Cap: 200 %
		LTP <ul style="list-style-type: none"> • Laufzeit: vier Jahre • Leistungskriterien: Strategiebezogene und/oder nichtfinanzielle Ziele • Cap: 200 %
		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 9 Mio. € pro Jahr und für jedes ordentliche Vorstandsmitglied 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, beträgt dieser in der Regel bis zu 50 % der jährlichen Ziel-Gesamtvergütung zu Beginn der Bestellungsperiode. Die entsendungsbedingten Nebenleistungen können ortsabhängig bis zu 100 % der Grundvergütung ausmachen (siehe nachstehend unter 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 2022, 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 2022“ 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 sowie 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 Beiträge 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 entsendungsbedingten 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 einen Bonus für den Fall einer Wiederbestellung vereinbaren, der in der Regel 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.

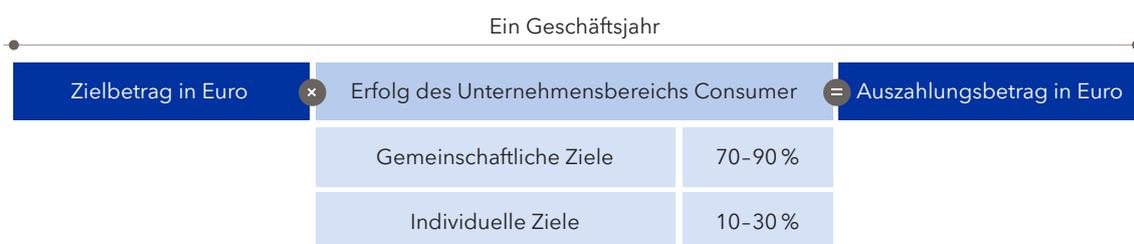
Unbeschadet der (möglichen) Vereinbarung eines Wiederbestellungsbonus wurde 2022 nur Ramon A. Mirt ein Wiederbestellungsbonus zugesagt, der an die Leistungskriterien des MAB geknüpft ist. Auf diesen wurde ihm für seine vorzeitige Zusage zur Verlängerung seiner Bestellung als Mitglied des Vorstands und zur Fortsetzung seiner Tätigkeiten in Konzerngesellschaften eine Abschlagszahlung in Höhe von 1.000 Tsd. € gewährt (i.S.d. § 162 AktG), die unter dem Vorbehalt der finalen Abrechnung des MAB und der Annahme der Wiederbestellung nach Beschlussfassung durch den Aufsichtsrat steht.

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 % bis 90 % und die individuellen Ziele insgesamt mit 10 % bis 30 % gewichtet.

Variabler Bonus



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 %.

Im Einklang mit dem Vergütungssystem können für den Variablen Bonus grundsätzlich (je nach Festsetzung des Aufsichtsrats) folgende Leistungskriterien herangezogen werden:

Gemeinschaftliche 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.
Gemeinschaftliche 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: <ul style="list-style-type: none"> • Reduzierung von CO₂-Emissionen • Erhöhung des Anteils wiederverwertbarer Ressourcen und Verpackungen • Einsatz erneuerbarer Rohstoffe
	People	Maßnahmen im Rahmen der personalpolitischen Führung, wie zum Beispiel: <ul style="list-style-type: none"> • Nachfolgeplanung, einschließlich Identifizierung und Förderung geeigneter Vorstandskandidat*innen und Führungskräfte • Stärkung und Weiterentwicklung der Fähigkeiten und des Know-how der Mitarbeitenden
	Diversität	Maßnahmen zur Steigerung der Diversität, wie zum Beispiel: <ul style="list-style-type: none"> • Erhöhung des Anteils international tätiger Mitarbeitenden • Förderung der Geschlechtervielfalt
Individuelle Ziele	Beitrag aus funktionalem oder regionalem Vorstandsressort zu gemeinschaftlichen Zielen oder sonstige persönliche Ziele.	

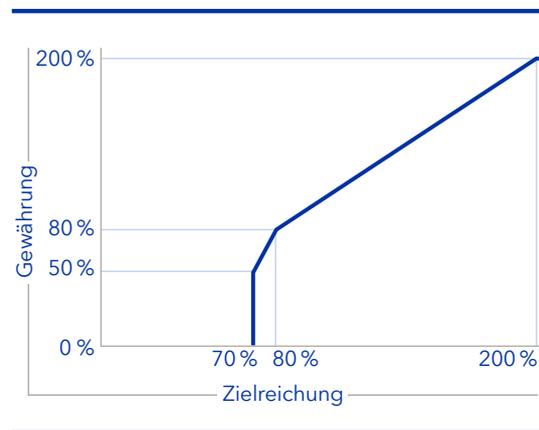
Durch die Leistungskriterien des Variablen Bonus wird der Vorstand im Einklang mit der Strategie C.A.R.E.+ incentiviert, den Unternehmenswert nachhaltig und langfristig zu steigern. Insbesondere sollen der Umsatz durch die Erschließung neuer Wachstumsmärkte und Geschäftsfelder sowie die Profitabilität 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 die Zielerreichung durch einen Soll-ist-Vergleich 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 % herauf- oder herabsetzen. Zudem haben Vorstandsmitglieder die Möglichkeit, Bonusansprüche in die langfristige variable Vergütung LTP überzuleiten; hiervon wurde 2022 kein Gebrauch gemacht.

Für den Variablen Bonus 2022 hat der Aufsichtsrat die in der nachfolgenden Tabelle dargestellten gemeinschaftlichen und individuellen Leistungskriterien festgelegt sowie am 3. Februar 2023 die ebenfalls dargestellte Zielerreichung und den sich daraus ergebenden Auszahlungsbetrag beschlossen. Der Variable Bonus 2022 ist den Vorstandsmitgliedern mit Blick auf das Ende der Bemessungsperiode am 31. Dezember 2022 im Geschäftsjahr 2022 „gewährt“ worden, auch wenn die Auszahlung erst nach der Hauptversammlung 2023 erfolgt (siehe zum gegenüber dem Vergütungsbericht 2021 angepassten Begriffsverständnis den Abschnitt „Individuelle Vergütung des Vorstands 2022“).

Variabler Bonus 2022

Gemeinschaftliche Ziele

Leistungskriterien	Zielwerte (100 % Zielerreichung)	Ist-Werte 2022	Gewichtung	Zielerreichung
Umsatzwachstum Consumer	5,0 % Umsatzwachstum (Gatekeeper: 12,3 % Umsatzrendite)	10,5 %	24,5 %	200 %
Performance auf dem Hautpflegemarkt	Über dem relevanten Hautpflegemarkt liegende Performance: Steigerung des Abverkaufswerts (vs. 2021)	41 %	24,5 %	150 %
NIVEA Skin Care Innovation	Steigerung des Innovationsanteils um 10 % (vs. 2021)	11 %	7 %	100%
	Umsatzsteigerung NIVEA LUMINOUS630® um 80 % (vs. 2021)	80 %		
Digitale Transformation	Überproportionales Wachstum E-Commerce: Steigerung der E-Commerce-Umsätze um 27 % (vs. 2021)	18 %	7 %	– %
Organisationsentwicklung & Personal	Einführung eines neuen Operating Model bis Q3 2022	Q3 2022	7 %	150 %
	Talent- & Führungskräfteentwicklung, einschließlich Diversität & Inklusion (ab Zielerreichung für das Operating Model ≥ 125%)	Übererfüllt		
Zielerreichung Gemeinschaftliche Ziele				162,36 % ¹

¹ Die Zielerreichung enthält eine Erhöhung, die der Aufsichtsrat im Einklang mit dem Vergütungssystem nach pflichtgemäßem Ermessen festgelegt hat. Aufgrund einer stärkeren Gewichtung des Umsatz- und Marktwachstumsziels mit den jeweiligen Ergebnissen des Bereichs Pharmacy & Selective beträgt die Zielerreichung der gemeinschaftlichen Ziele für Patrick Rasquinet insgesamt 147,29 %.

Individuelle Ziele¹

	Leistungskriterien	Gewichtung	Zielerreichung
Vincent Warnery	CEO: Entwicklung Face Care-Geschäft; neue Märkte	30 %	156,0 %
Oswald Barckhahn	Europa/Nordamerika: Umsatzwachstum; über dem jeweiligen Hautpflegemarkt liegende Performance, abgeleitet aus Marktanteilen; Umsatzwachstum & Roadmap E-Commerce	30 %	127,6 %
Astrid Hermann	Finanzen: Digitalisierung & IT; Entwicklung der Finanzorganisation; Ausgaben- und Investitionsstrategie	30 %	118,3 %
Nicola D. Lafrentz	Personal: Performance Management und Nachfolgeplanung; Entwicklung der HR-Organisation; Transformation des Operating Model	30 %	105,0 %
Zhengrong Liu	Personal: Performance Management und Nachfolgeplanung; Entwicklung der HR-Organisation; Transformation des Operating Model	30 %	105,0 %
Grita Loeb sack	NIVEA: Nachhaltigkeit; Innovation; Digitalisierung	30 %	118,3 %
Ramon A. Mirt	Emerging Markets: Umsatzwachstum; über dem jeweiligen Hautpflegemarkt liegende Performance, abgeleitet aus Marktanteilen; neue Märkte	30 %	127,7 %
Patrick Rasquinet	Pharmacy & Selective: Entwicklung Chantecaille-Geschäft; Beschleunigung E-Commerce	30 %	103,3 %

¹ Für das zum 30.6.2022 ausgeschiedene Vorstandsmitglied Thomas Ingelfinger wurden nach Übergabe seines Ressorts keine individuellen Ziele festgelegt; der hierauf entfallende Anteil des Variablen Bonus 2022 wurde mit einer Zielerreichung von 110 % festgesetzt.

Zielvergütung und -erreichung

	Zielvergütung Variabler Bonus (in Tsd. €)	Gesamtzielerreichung	Auszahlungsbetrag (in Tsd. €)
Vincent Warnery	1.000	160,4 %	1.604
Oswald Barckhahn	300	151,9 %	456
Astrid Hermann	300	149,1 %	447
Thomas Ingelfinger	175 ¹	146,6 %	257 ¹
Nicola D. Lafrentz	200 ¹	145,1 %	290 ¹
Zhengrong Liu	300	145,1 %	435
Grita Loeb sack	300	149,1 %	447
Ramon A. Mirt	300	151,9 %	456
Patrick Rasquinet	300	134,1 %	402

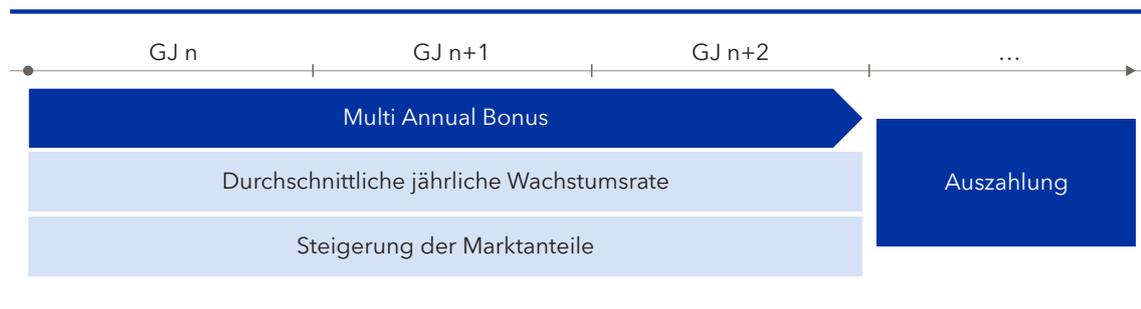
¹ Anteiliger Bonus; für Thomas Ingelfinger bis zu seinem Ausscheiden zum 30.6.2022 und für Nicola D. Lafrentz seit ihrer Bestellung zum 01.05.2022.

f) Multi-Annual Bonus („MAB“)

Die langfristige variable Vergütung für Vorstandsmitglieder kann zusätzlich einen Mehrjahres-Bonus („MAB“) 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 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.

Von den amtierenden Vorstandsmitgliedern ist 2022 nur Ramon A. Mirt ein MAB (Zielbetrag: 500 Tsd. € p.a.) für seine Tätigkeiten in Konzerngesellschaften zugesagt worden. Dieser MAB betrifft eine Bemessungsperiode vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2024 und bemisst sich unter anderem anhand der durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate gemäß Unternehmensplanung in den von Ramon A. Mirt verantworteten Regionen sowie anhand der Steigerung der Marktanteile während der gesamten Dauer seiner Bestellung als Mitglied des Vorstands. Ramon A. Mirt hat per Ende 2022 eine Abschlagszahlung in Höhe von 1.500 Tsd. € auf den MAB erhalten, die unter dem Vorbehalt der finalen Abrechnung steht und unter den zuletzt gebildeten Rückstellungen für den MAB in Höhe von 2.200 Tsd. € liegt. Die Abschlagszahlung ist im Abschnitt „Individuelle Vergütung des Vorstands 2022“ als 2022 gewährte bzw. geschuldete Vergütung nach § 162 Abs. 1 AktG berücksichtigt worden.

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. Aufgrund der noch laufenden Bonusperiode sind in 2022 keine Zahlungen aus dem LTP 2021- 2024 erfolgt bzw. verdient; demnach ist der LTP 2021- 2024 nicht im Jahr 2022 „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 Leistungskriterien festgelegt und gewichtet:

Strategische Ziele	Zielwerte (100 % Zielerreichung)	Gewichtung
Digitale Transformation	Steigerung des E-Commerce-Umsatzes um 95 % (vs. 2021) bis 2024, erfolgreicher Go-live von S4/HANA, Steigerung der digitalen 1-on-1-Verbraucherverbindungen	20 %
Win with Skin Care	Positionierung als führendes Hautpflegeunternehmen durch Einführung eines neuen Innovationsmanagementsprozesses und Steigerung des Innovationsanteils auf 10 % (des Nettoumsatzes)	20 %
Erschließung neuer Wachstumsmärkte und Geschäftsfelder	Beschleunigtes Umsatzwachstum in den USA, China und den Emerging Markets durch die Erschließung neuer Märkte und Kanäle, sowie die Umsetzung der strategischen Unternehmenspläne	20 %
Nachhaltigkeit	Reduktion der globalen Scope-1 bis Scope-3-Emissionen um 20 % (vs. 2018) und Steigerung des Anteils recycelter Materialien in Plastikverpackungen um 20 %, jeweils bis 2024	20 %
Diversität und Personalentwicklung	Erhöhung des Frauenanteils auf den Führungsebenen MG 1-4 auf 45 % und Nachfolgeplanung für MG 1-4 einschließlich Steigerung der internen und internationalen Beförderungen	20 %
Leistungskennzahlen (anwendbar, wenn strategische Zielerreichung ≥ 90 %)		
Value Above Market	Über dem Hautpflgemarkt liegende Performance (Marktanteile, gemessen als Netto-Wertschöpfung bereinigt um Portfolio-Mix-Effekte)	50 %
Nettoumsatz	Nominales Umsatzwachstum über Marktentwicklung von 2021-2024 (Gatekeeper: EBIT-Ziel p.a. +/- 10% Planabweichung)	50 %

Nach Ablauf der Bonusperiode legt der Aufsichtsrat für die strategischen Ziele des 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 den Performance Metrics gewichtet (soweit deren Zielerreichung ≥ 100 % beträgt), die sich aus der in 2021 beschlossenen Mehrjahresplanung ergeben. Diese Leistungskriterien ergeben sich je zur Hälfte aus dem nominalen Umsatzwachstum über Markt (mit einem EBIT-Gatekeeper von +/-10 % Planabweichung) und aus der über dem relevanten Hautpflegemarkt liegenden Performance (abgeleitet aus Marktanteilen und gemessen als Netto-Wertschöpfung, ohne Berücksichtigung von Marktwachstum und Portfolio-Mix-Effekten) der Consumer-Kategorien. 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 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 2022 ausgeschiedenen Mitglieder des Vorstands erhielten 2022 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 2022 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 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 Sondereinflüsse 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. Der Erwerb erfolgt durch entsprechenden Einbehalt fälliger Bonuszahlungen aus dem Variablen Bonus, durch Sicherheitsleistung (z. B. Verpfändung eines entsprechenden Vermögenswerts des Vorstandsmitglieds) oder durch jährliche Zuweisung (Bonus CVUs). Die Covered Virtual Units nehmen grundsätzlich an positiven und negativen prozentualen Wertveränderungen der Unternehmenswertbeteiligung teil, die Bonus CVUs jedoch nur an positiven Wertveränderungen. Sie sind sofort unverfallbar und werden 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 die durch Eigenbeteiligung erworbene Covered Virtual Units, weil das Vorstandsmitglied insoweit auch ein Verlustrisiko trägt. Ist ein Vorstandsmitglied für einen kürzeren Zeitraum als seine Bestellungsperiode 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.

Zum Ablauf des 31. Dezember 2022 endeten die Bonusperioden der LTP-Unternehmenswertbeteiligung der ausgeschiedenen Vorstandsmitglieder Thomas Ingelfinger und Asim Naseer; die sich ergebenden Boni sind damit erdient und jeweils nach der Hauptversammlung 2023 zur Auszahlung fällig. Bereits in 2021 endete die Bonusperiode der LTP-Unternehmenswertbeteiligung von Dessi Temperley, die damit in 2021 erdient wurde, auch wenn sie ebenfalls erst nach der Hauptversammlung 2023 ausbezahlt wird. Der nachfolgenden Tabelle ist zu entnehmen, wie die jeweilige LTP-Unternehmenswertbeteiligung und der jeweils darauf entfallende Bonus errechnet worden ist:

In 2022 erdiente LTP-Unternehmenswertbeteiligung

	Bestellperiode	Zielwert (= 100 % Zielerfüllung)	Zielvergütung über gesamte Laufzeit ¹ (in Tsd. €)	Ist-Werte (bereinigt um Sondereffekte)	Zielerreichung (in %)	Auszahlungsbetrag (in Tsd. €)
Thomas Ingelfinger	7/2014 bis 6/2022	Durchschnittliche jährliche Umsatz- und EBIT-Steigerung von je 5 % p.a. während Bemessungsperiode von 2013 bis 2021 ² , bei einem Umsatz-Multiple von 1,75x und einem EBIT-Multiple von 8x	Virtual Units: 2.925 Bonus CVU: 695 Gesamt: 3.620	Umsatzsteigerung: 2,76 % p.a. EBIT-Steigerung: 1,78 % p.a.	46,4 %	Virtual Units: 1.357 Bonus CVU: 546 Gesamt: 1.903
Asim Naseer	1/2019 bis 4/2021	Durchschnittliche jährliche Umsatzsteigerung von 5 % p.a. während Bemessungsperiode von 2018 bis 2022	Virtual Units: 1.125 Bonus CVU: 284 Gesamt: 1.409	Umsatzsteigerung: 1,06 % p.a.	21,1 %	Virtual Units: 237 Bonus CVU: 270 Gesamt: 507
Dessi Temperley	7/2018 bis 4/2021	Durchschnittliche jährliche Umsatzsteigerung von 5 % p.a. während Bemessungsperiode von 2017 bis 2021	Virtual Units: 1.120 Bonus CVU: 249 Gesamt: 1.369	Umsatzsteigerung: 0,41 % p.a.	8,2 %	Virtual Units: 92 Bonus CVU: 228 Gesamt: 320

¹ Hierin enthalten sind alle zu Beginn bzw. während der Laufzeit zugesagten Virtual Units (BVU, MVU, CVU) sowie zugewiesene Bonus CVU (inkl. zugesagter MVU). Bonus CVU nehmen nur über den jeweiligen Zuteilungswert hinaus an der Unternehmenswertentwicklung teil. Die Zuteilungswerte sind 480 Tsd. € für Thomas Ingelfinger, 270 Tsd. € für Asim Naseer und 225 Tsd. € für Dessi Temperley.

² Das erste und letzte Jahr der Bemessungsperiode wird jeweils berechnet als Durchschnitt über drei Jahre. Beispiel: Beim Ende der Bemessungsperiode im Jahr 2021 wird das letzte Jahr aus dem jeweiligen Durchschnitt der Jahre 2020, 2021 und 2022 berechnet.

Hinsichtlich der amtierenden Mitglieder des Vorstands, die vor 2021 bestellt worden sind, läuft die Bonusperiode der zugesagten LTP-Unternehmenswertbeteiligung vertragsgemäß nur für Ramon A. Mirt weiter. Auf diese LTP-Unternehmenswertbeteiligung hat Ramon A. Mirt in 2022 für seine Tätigkeiten in Konzerngesellschaften eine Abschlagzahlung in Höhe von 750 Tsd. € erhalten, die unter dem Vorbehalt der finalen Abrechnung steht und unter den zuletzt gebildeten Rückstellungen für die LTP-Unternehmenswertbeteiligung in Höhe von 1.100 Tsd. € liegt. Die Abschlagszahlung ist im Abschnitt „Individuelle Vergütung des Vorstands 2022“ als in 2022 gewährte bzw. geschuldete Vergütung nach § 162 Abs. 1 AktG berücksichtigt worden.

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 Maximalwert (200 %) enthalten, unbeschadet der Tatsache, dass sie jeweils erst zum Ende der Laufzeit fällig werden. Über die Einhaltung der Maximalvergütung im Sinne von § 162 Abs. 1 Satz 2 Nr. 7 AktG kann grundsätzlich erst nach Auszahlung der langfristigen variablen Vergütung berichtet werden. Die den einzelnen Vorstandsmitgliedern im Berichtsjahr gewährte und geschuldete Vergütung wird gleichwohl der Maximalvergütung gegenübergestellt, auch wenn im Einzelfall keine Auszahlung der langfristigen variablen Vergütung erfolgt (siehe Tabellen im nachstehenden Abschnitt „Individuelle Vergütung des Vorstands in 2022“).

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 2022 keinen Gebrauch gemacht.

Regelungen im Zusammenhang mit der Beendigung der Vorstandstätigkeit

Die Vorstandsdienstverträge 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.

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 2022 ausgeschiedenen Mitgliedern des Vorstands wird auf die Erläuterungen im nachstehenden Abschnitt „Individuelle Vergütung des Vorstands 2022“ verwiesen.

Individuelle Vergütung des Vorstands 2022

In den nachfolgenden Tabellen wird die individuelle Vergütung der in 2022 amtierenden Mitglieder des Vorstands dargestellt.

Zum einen werden die jeweiligen Zielwerte sowie die erreichbaren Minimal- bzw. Maximalwerte dargestellt, was den „gewährten Zuwendungen“ des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 7. Februar 2017 („DCGK 2017“) entspricht. Diese enthalten auch die zeitanteilige Zielvergütung (p.a.) für die jährlichen Zuteilungen der langfristigen Vergütung (MAB und LTP), auch wenn die jeweilige Laufzeit bzw. Bemessungsperiode noch nicht abgelaufen ist und es noch zu keiner Auszahlung gekommen ist.

Zum anderen wird die im Geschäftsjahr gewährte und geschuldete Vergütung im Sinne von § 162 Abs. 1 Satz 1 AktG ausgewiesen. Als „gewährte“ Vergütung wird dabei diejenige Vergütung ausgewiesen, für die die zugrunde liegende (ein- oder mehrjährige) Tätigkeit mit Ablauf des Geschäftsjahres vollständig erbracht und die somit verdient worden ist, auch wenn der Zufluss (d. h. die tatsächliche Auszahlung) erst im folgenden Geschäftsjahr erfolgt. Als „geschuldete“ Vergütung ist demgegenüber ein fällige, aber (bisher) nicht zugeflossene Vergütung zu verstehen. Der Vergütungsbericht 2021 ist demgegenüber noch einem strengen zuflussorientierten Begriffsverständnis gefolgt. Als im Geschäftsjahr gewährte Vergütung wurde die im Berichtsjahr ausgezahlte bzw. zugeflossene Vergütung ausgewiesen. Von diesem Begriffsverständnis soll nunmehr im Einklang mit der inzwischen fortentwickelten Praxis abgewichen werden; denn der Ausweis der Vergütung, die im betreffenden Geschäftsjahr verdient worden ist, gewährleistet eine transparentere und verständlichere Berichterstattung sowie die Vergleichbarkeit zwischen erbrachter Leistung und Vergütung im Berichtszeitraum. Insbesondere kann der in einem Geschäftsjahr erdiente Variable Bonus mit der Ertragslage des entsprechenden Geschäftsjahres verglichen werden. Um trotz des geänderten Begriffsverständnisses einen Vergleich mit den Vorjahreszahlen zu ermöglichen, sind die Vorjahreszahlen in diesem Vergütungsbericht nach Maßgabe des neuen Begriffsverständnisses angepasst worden.

Nach Maßgabe des neuen Begriffsverständnisses wird in der nachfolgenden Tabelle als gewährte und geschuldete Vergütung neben der Grundvergütung und den Nebenleistungen für das Geschäftsjahr 2022 der Variable Bonus 2022 ausgewiesen, dessen Bemessungsperiode am

31. Dezember 2022 endete und der erst nach der Hauptversammlung 2023 zur Auszahlung kommt. Der LTP 2021-2024 ist demgegenüber mit Blick auf die noch laufende Bemessungsperiode nicht ausgewiesen. Für den MAB und die LTP-Unternehmensbeteiligung ist eine Angabe nur erfolgt, sofern die jeweilige Bemessungsperiode im Geschäftsjahr 2022 endete oder es zu einer Abschlagszahlung gekommen ist. Dieser Ausweis entspricht auch dem „Zufluss“ nach Maßgabe des DCGK 2017.

In der nachfolgenden Tabelle werden zudem 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 obigen Abschnitt „Vergütungsstruktur und Vergütungselemente“). Des Weiteren wird die im Vergütungssystem festgelegte Maximalvergütung der Vorstandsmitglieder der im Berichtsjahr gewährten und geschuldeten Vergütung gegenübergestellt und damit gemäß § 162 Abs. 1 Satz 2 Nr. 7 AktG erläutert, dass die Maximalvergütung in 2022 jeweils eingehalten wurde; eine abschließende Beurteilung ist jedoch nur in den Fällen möglich, in denen die langfristige variable Vergütung gewährt und geschuldet ist.

Gewährte und geschuldete Vergütung an amtierende Vorstandsmitglieder gemäß § 162 Abs. 1 AktG

(in Tsd. €)

Vincent Warnery

Vorstandsvorsitzender (seit 01.05.2021)
Datum Eintritt: 15.02.2017

	Zielvergütung und Min./Max.-Vergütung				Gewährte und geschuldete Vergütung nach § 162 Abs. 1 AktG			
	2021	2022	2022	2022	2021	Anteil	2022	Anteil
	Zielwert	Zielwert	(Min. p. a.)	(Max. p. a.)				
Grundvergütung	841	1.000	1.000	1.000	841	11,9 %	1.000	38,3 %
Nebenleistungen und sonstige Bezüge	18	10	10	10	18	0,3 %	10	0,4 %
Summe fixe Vergütung	859	1.010	1.010	1.010	859	12,2 %	1.010	38,6 %
Variabler Bonus	767	1.000	–	2.000	991	14,1 %	1.604	61,4 %
Mehrjährige variable Vergütung								
MAB (Laufzeit 1/2020 – 4/2021)	33	–	–	–	200 ¹	2,8 %	–	– %
LTP 2021 – 2024 (Laufzeit 1/2021 – 12/2024)	2.000	2.000	–	4.000	–	– %	–	– %
LTP – Unternehmenswertbeteiligung (Laufzeit 2/2017 bis 4/2021)	302	–	–	–	5.000 ¹	70,9 %	–	– %
Summe variable Vergütung	3.102	3.000	–	6.000	6.191	87,8 %	1.604	61,4 %
Gesamtvergütung	3.961	4.010	1.010	7.010	7.050	100 %	2.614	100 %
Maximalvergütung (Vergütungssystem)					8.000		9.000	

¹ Die langfristige Vergütung (LTP-Unternehmenswertbeteiligung und MAB) für die Zeit bis zur Ernennung zum Vorstandsvorsitzenden wurde zum April 2021 abgerechnet und daher in 2021 in dieser Höhe gewährt; die jeweilige Auszahlung erfolgte nach der Hauptversammlung 2022.

Oswald Barckhahn

Mitglied des Vorstands

Datum Eintritt: 15.10.2021

	Zielvergütung und Min./Max.-Vergütung				Gewährte und geschuldete Vergütung nach § 162 Abs. 1 AktG			
	2021	2022	2022	2022	2021	Anteil	2022	Anteil
	Zielwert	Zielwert	(Min. p. a.)	(Max. p. a.)				
Grundvergütung	105	500	500	500	105	43,4 %	500	44,4 %
Nebenleistungen und sonstige Bezüge	64	169	169	169	64	26,4 %	169	15 %
Summe fixe Vergütung	169	669	669	669	169	69,8 %	669	59,5 %
Variabler Bonus	63	300	–	600	73	30,2 %	456	40,5 %
Mehrfährige variable Vergütung								
LTP 2021 – 2024 (Laufzeit 10/2021 – 12/2024)	310	1.550	–	3.050	–	– %	–	– %
Summe variable Vergütung	373	1.850	–	3.650	73	30,2 %	456	40,5 %
Gesamtvergütung	542	2.519	669	4.319	242	100 %	1.125	100 %
Maximalvergütung (Vergütungssystem)					1.315		6.000	

Astrid Hermann

Mitglied des Vorstands/CFO

Datum Eintritt: 01.01.2021

	Zielvergütung und Min./Max.-Vergütung				Gewährte und geschuldete Vergütung nach § 162 Abs. 1 AktG			
	2021	2022	2022	2022	2021	Anteil	2022	Anteil
	Zielwert	Zielwert	(Min. p. a.)	(Max. p. a.)				
Grundvergütung	500	500	500	500	500	48,7 %	500	52,2 %
Nebenleistungen und sonstige Bezüge	179	10	10	10	179	17,4 %	10	1 %
Summe fixe Vergütung	679	510	510	510	679	66,1 %	510	53,3 %
Variabler Bonus	300	300	–	600	348	33,9 %	447	46,7 %
Mehrfährige variable Vergütung								
LTP 2021 – 2024 (Laufzeit 1/2021 – 12/2024)	430	434	–	836	–	– %	–	– %
Summe variable Vergütung	730	734	–	1.436	348	33,9 %	447	46,7 %
Gesamtvergütung	1.409	1.244	510	1.946	1.027	100 %	957	100 %
Maximalvergütung (Vergütungssystem)					6.000		6.000	

Thomas Ingelfinger

Mitglied des Vorstands (bis 30.06.2022)

Datum Eintritt: 01.07.2014

	Zielvergütung und Min./Max.-Vergütung				Gewährte und geschuldete Vergütung nach § 162 Abs. 1 AktG			
	2021	2022	2022	2022	2021	Anteil	2022	Anteil
	Zielwert	Zielwert	(Min. p. a.)	(Max. p. a.)				
Grundvergütung	450	225	225	225	450	50,8 %	225	9,4 %
Nebenleistungen und sonstige Bezüge	18	6	6	6	18	2 %	6	0,3 %
Summe fixe Vergütung	468	231	231	231	468	52,9 %	231	9,7 %
Variabler Bonus	350	175	–	350	417	47,1 %	257	10,7 %
Mehrfährige variable Vergütung								
LTP - Unternehmenswertbeteiligung BVU (Laufzeit 7/2014 - 12/22)	275	138	–	275	–	– %	1.357 ¹	56,8 %
LTP - Unternehmenswertbeteiligung CVU (Laufzeit 7/2014 - 12/22)	133	67	–	104	–	– %	513 ¹	21,5 %
LTP - Unternehmenswertbeteiligung MVU (Laufzeit 7/2014 - 12/22)	73	37	–	74	–	– %	33 ¹	1,4 %
Summe variable Vergütung	831	417	–	803	417	47,1 %	2.160	90,3 %
Gesamtvergütung	1.299	648	231	1.034	885	100 %	2.391	100 %
Maximalvergütung (Vergütungssystem)				pro Jahr	6.000		3.000	
				für den LTP (gesamte Laufzeit)	–		17.600 ²	

¹ Die LTP-Unternehmenswertbeteiligung wurde ihm Rahmen der Beendigung der Bestellung vertragsgemäß abgerechnet; der hierauf entfallende Betrag wird nach der Hauptversammlung 2023 zur Zahlung fällig. Siehe hierzu auch den vorherigen Abschnitt lit. g).

² In der im Vergütungssystem angegebenen Maximalvergütung ist die langfristige variable Vergütung zeitanteilig mit einem jährlichen Maximalwert enthalten. Bei Auszahlung solcher Vergütungsbestandteile ist die Maximalvergütung für Zwecke der Überprüfung ihrer Einhaltung daher um die Summe der jährlichen Maximalwerte über die jeweilige Laufzeit zu erhöhen. Der hier angegebene Betrag stellt insoweit die Maximalvergütung für die gewährte LTP-Unternehmenswertbeteiligung über die gesamte Laufzeit dar. Zudem ist diese LTP-Unternehmenswertbeteiligung nach Maßgabe des alten Vergütungssystems zugesagt worden, so dass die im aktuellen Vergütungssystem festgelegte Maximalvergütung keine Anwendung findet. Gleichwohl erfolgt aus Transparenzgründen eine Gegenüberstellung; aus dieser ergibt sich, dass die Maximalvergütung eingehalten wurde.

Nicola D. Lafrentz

Mitglied des Vorstands/Arbeitsdirektorin

Datum Eintritt: 01.05.2022

	Zielvergütung und Min./Max.-Vergütung				Gewährte und geschuldete Vergütung nach § 162 Abs. 1 AktG			
	2021	2022	2022	2022	2021	Anteil	2022	Anteil
	Zielwert	Zielwert	(Min. p. a.)	(Max. p. a.)				
Grundvergütung	–	333	333	333	–	– %	333	48,8 %
Nebenleistungen und sonstige Bezüge	–	60	60	60	–	– %	60	8,8 %
Summe fixe Vergütung	–	393	393	393	–	– %	393	57,5 %
Variabler Bonus	–	200	–	400	–	– %	290	42,5 %
Mehrjährige variable Vergütung								
LTP 2021 – 2024 (Laufzeit 05/2022 – 12/2024)	–	304	–	572	–	– %	–	– %
Summe variable Vergütung	–	504	–	972	–	– %	290	42,5 %
Gesamtvergütung	–	897	393	1.365	–	– %	683	100 %
Maximalvergütung (Vergütungssystem)					–		4.000	

Zhengrong Liu

Mitglied des Vorstands (bis 31. Dezember 2022)

Datum Eintritt: 01.07.2014

	Zielvergütung und Min./Max.-Vergütung				Gewährte und geschuldete Vergütung nach § 162 Abs. 1 AktG			
	2021	2022	2022	2022	2021	Anteil	2022	Anteil
	Zielwert	Zielwert	(Min. p. a.)	(Max. p. a.)				
Grundvergütung	500	500	500	500	500	50,2%	500	46,6 %
Nebenleistungen und sonstige Bezüge	143	137	137	137	143	14,3%	137	12,8 %
Summe fixe Vergütung	643	637	637	637	643	64,5%	637	59,4 %
Variabler Bonus	300	300	–	600	354	35,5%	435	40,6 %
Mehrjährige variable Vergütung								
LTP 2021 – 2024 (Laufzeit 1/2021 – 12/2022)	775	775	–	1.550	–	– %	–	– %
Summe variable Vergütung	1.075	1.075	–	2.150	354	35,5%	435	40,6 %
Gesamtvergütung	1.718	1.712	637	2.787	997	100	1.072	100 %
Maximalvergütung (Vergütungssystem)					6.000		6.000	

Grita Loeb sack

Mitglied des Vorstands

Datum Eintritt: 01.01.2022

	Zielvergütung und Min./Max.-Vergütung				Gewährte und geschuldete Vergütung nach § 162 Abs. 1 AktG			
	2021	2022	2022	2022	2021	Anteil	2022	Anteil
	Zielwert	Zielwert	(Min. p. a.)	(Max. p. a.)				
Grundvergütung	–	500	500	500	–	– %	500	32,9 %
Nebenleistungen und sonstige Bezüge	–	572	572	572	–	– %	572	37,7 %
Summe fixe Vergütung	–	1.072	1.072	1.072	–	– %	1.072	70,6 %
Variabler Bonus	–	300	–	600	–	– %	447	29,4 %
Mehrjährige variable Vergütung								
LTP 2021 - 2024 (Laufzeit 1/2022 - 12/2024)	–	1.300	–	2.600	–	– %	–	– %
Summe variable Vergütung	–	1.600	–	3.200	–	– %	447	29,4 %
Gesamtvergütung	–	2.672	1.072	4.272	–	– %	1.519	100 %
Maximalvergütung (Vergütungssystem)					–		6.000	

Ramon A. Mirt

Mitglied des Vorstands

Datum Eintritt: 01.01.2019

	Zielvergütung und Min./Max.-Vergütung				Gewährte und geschuldete Vergütung nach § 162 Abs. 1 AktG			
	2021	2022	2022	2022	2021	Anteil	2022	Anteil
	Zielwert	Zielwert	(Min. p. a.)	(Max. p. a.)				
Grundvergütung	500	500	500	500	500	36,4 %	500	10,6 %
Nebenleistungen und sonstige Bezüge	472	1.515 ¹	1.515 ¹	1.515 ¹	472	34,3 %	1.515 ¹	32,1 %
Summe fixe Vergütung	972	2.015	2.015	2.015	972	70,7 %	2.015	42,7 %
Variabler Bonus	300	300	–	600	403	29,3 %	456	9,7 %
Mehrjährige variable Vergütung								
MAB (Laufzeit 1/2019 - 12/2024)	500	500	–	600	–	– %	1.500 ²	31,8 %
LTP 2021 - 2024 (Laufzeit 1/2021 - 12/2024)	600	600	–	1.200	–	– %	–	– %
LTP - Unternehmenswertbeteiligung BVU (Laufzeit 1/2019 - 12/2024)	–	–	–	–	–	– %	750 ³	15,9 %
Summe variable Vergütung	1.400	1.400	–	2.400	403	29,3 %	2.706	57,3 %
Gesamtvergütung⁴	2.372	3.415	2.015	4.415	1.375	100 %	4.721	100 %
Maximalvergütung (Vergütungssystem)					6.000		6.000	

¹ Hierin enthalten ist eine Abschlagszahlung in Höhe von 1.000 Tsd. € auf den Wiederbestellungsbonus; siehe hierzu den vorherigen Abschnitt lit. d).

² In dieser Höhe wurde eine Abschlagszahlung auf den MAB gewährt; siehe hierzu den vorherigen Abschnitt f).

³ In dieser Höhe wurde eine Abschlagszahlung auf die LTP-Unternehmenswertbeteiligung gewährt; siehe hierzu den vorherigen Abschnitt lit. g).

⁴ Von diesen Gesamtsummen wurde in 2022 für Tätigkeiten in Konzerngesellschaften eine Vergütung von 2.614 Tsd.€/Zielwert, 1.214 Tsd. €/Min. pa., sowie 3.614 Tsd. €/Max. p.a. zugesagt und 3.920 Tsd. € gewährt.

Patrick Rasquinet

Mitglied des Vorstands

Datum Eintritt: 01.07.2021

	Zielvergütung und Min./Max.-Vergütung				Gewährte und geschuldete Vergütung nach § 162 Abs. 1 AktG			
	2021	2022	2022	2022	2021	Anteil	2022	Anteil
	Zielwert	Zielwert	(Min. p. a.)	(Max. p. a.)				
Grundvergütung	250	500	500	500	250	37,9 %	500	46,4 %
Nebenleistungen und sonstige Bezüge	233	175	175	175	233	35,4 %	175	16,2 %
Summe fixe Vergütung	483	675	675	675	483	73,3 %	675	62,7 %
Variabler Bonus	150	300	–	600	176	26,7 %	402	37,3 %
Mehrfährige variable Vergütung								
LTP 2021 - 2024 (Laufzeit 7/2021 - 12/2024)	350	700	–	1.400	–	– %	–	– %
Summe variable Vergütung	500	1.000	–	2.000	176	26,7 %	402	37,3 %
Gesamtvergütung¹	983	1.675	675	2.675	659	100 %	1.077	100 %
Maximalvergütung (Vergütungssystem)					3.500		6.000	

¹ Von diesen Gesamtsummen wurde in 2022 für Tätigkeiten in Konzerngesellschaften eine Vergütung von 824 Tsd.€/Zielwert, 324 Tsd. €/Min. p.a., sowie 1.324 Tsd. €/Max. p.a. zugesagt und 525 Tsd. € gewährt.

Für 2022 beträgt die gewährte und geschuldete Vergütung aller im Berichtsjahr amtierenden Vorstandsmitglieder insgesamt 14.256 Tsd. € (Vorjahr: 18.814 Tsd. €). Davon entfallen 4.558 Tsd. € auf die Festvergütung (Vorjahr: 3.901 Tsd. €), 2.654 Tsd. € auf die Nebenleistungen (Vorjahr: 1.263 Tsd. €), 4.794 Tsd. € auf den kurzfristigen Variablen Bonus (Vorjahr: 3.450 Tsd. €) und 2.250 Tsd. € auf den MAB und LTP (Vorjahr: 10.200 Tsd. €). Das Verhältnis zwischen fixer und variabler Vergütung beträgt 50,6 % zu 49,4 % (Vorjahr: 27,4 % zu 72,6 %).

Im Sinne einer konsistenten Berichterstattung wird in der nachfolgenden Tabelle über die gesetzlichen Anforderungen des § 162 Abs. 1 Satz 1 AktG hinausgehend die insgesamt für das Geschäftsjahr 2022 zugesagte Vergütung einschließlich der jährlichen Zuteilungswerte der langfristig variablen Vergütung des LTP in Form der Veränderungen in den Rückstellungen ausgewiesen, obwohl diese nicht im Berichtsjahr gewährt und geschuldet sind. Dies entspricht dem handelsrechtlichen Ausweis in individualisierter Form. Demnach ist die Vergütung im Falle der vorzeitigen Beendigung einer Vorstandsbestellung vor regulärem Ablauf des Dienstvertrags nur bis zum Ende der Bestellung anteilig auszuweisen. Zudem werden langfristige variable Vergütungsbestandteile, die bereits als gewährte und geschuldete Vergütung nach § 162 Abs. 1 AktG auszuweisen sind, nicht in dieser Höhe erfasst, soweit sie in den Vorjahren während ihrer jeweiligen Bemessungsperiode bereits zeitanteilig ausgewiesen wurden. Schließlich wird der seit Gewährung insgesamt zurückgestellte Betrag des LTP ausgewiesen.

Gesamtvergütung mit jährlichen Zuteilungswerten

(in Tsd. €)

(entsprechend HGB, individualisiert)

	Grundvergütung		Nebenleistungen und sonstige Bezüge		Variabler Bonus		Veränderungen in den Rückstellungen für den LTP		Gesamtvergütung nach HGB		Insgesamt zurückgestellter Betrag für den LTP	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Vincent Warnery	841	1.000	51	10	991	1.604	2.568	4.000	4.451	6.614	7.000	6.000
Oswald Barckhahn	105	500	64	169	73	456	310	2.455	552	3.580	310	2.765
Astrid Hermann	500	500	179	10	348	447	430	835	1.457	1.792	430	1.265
Thomas Ingelfinger	450	225	18	6	417	257	–	–	885	488	2.480	2.480
Nicola D. Lafrentz	–	333	–	60	–	290	–	467	–	1.150	–	467
Zhengrong Liu	500	500	143	137	354	435	–	2.774	997	3.846	3.839	6.613
Grita Loesack	–	500	–	572	–	447	–	1.950	–	3.469	–	1.950
Ramon A. Mirt	500	500	972 ¹	2.015 ^{1,2}	403	456	1.119	1.200	2.994	4.171³	1.700	2.150
Patrick Rasquinet	250	500	233	175	176	402	350	1.225	1.009	2.302⁴	350	1.575

¹ Hierin enthalten ist ein Betrag in Höhe von 500 € Tsd. (Zielbetrag p.a.) für den zugesagten MAB.

² Hierin enthalten ist die gewährte Abschlagszahlung auf den Wiederbestellungsbonus; siehe hierzu die Erläuterungen im vorherigen Abschnitt zur gewährten und geschuldeten Vergütung.

³ Hiervon wurden 3.370 Tsd.€ als Vergütung für Tätigkeiten in Konzerngesellschaften zugeteilt.

⁴ Hiervon wurden 1.137 Tsd.€ als Vergütung für Tätigkeiten in Konzerngesellschaften zugeteilt.

Für 2022 beträgt die Gesamtvergütung entsprechend dem handelsrechtlichen Ausweis für alle amtierenden Mitglieder des Vorstands insgesamt 27.412 Tsd. € (Vorjahr: 16.131 Tsd. €). Davon entfallen 4.558 Tsd. € auf die Festvergütung (Vorjahr: 3.901 Tsd. €), 3.154 Tsd. € auf die Nebenleistungen und sonstige Bezüge (Vorjahr: 1.796 Tsd. €), 4.794 Tsd. € auf den kurzfristigen Variablen Bonus (Vorjahr: 3.450 Tsd. €) und 14.906 Tsd. € auf die Veränderungen in den Rückstellungen für den LTP (Vorjahr: 6.984 Tsd. €). In den jeweiligen Vorjahreszahlen ist die Vergütung für die in 2021 ausgeschiedenen Vorstandsmitglieder Stefan De Loecker, Asim Naseer und Dessi Temperley enthalten.

Frühere Mitglieder des Vorstands

Die folgende Tabelle zeigt die in 2022 an frühere Mitglieder des Vorstands gewährten und geschuldeten festen und variablen Vergütungsbestandteile nach § 162 AktG und ihren relativen Anteil an der Gesamtvergütung. Aus Gründen der Übersichtlichkeit sind darin die Beträge in Bezug auf das gesamte Berichtsjahr ausgewiesen, auch wenn die Bestellung des betreffenden Vorstandsmitglieds unterjährig vor regulärem Ablauf des Dienstvertrags vorzeitig endete. Gemäß § 162 Abs. 5 AktG erfolgt die personenindividuelle Ausweisung bis zum Ablauf von 10 Jahren nach Ablauf des Geschäftsjahres, zu dem das jeweilige Vorstandsmitglied seine Tätigkeit beendet hat. Für Vorstandsmitglieder, die vor diesem Zeitraum ausgeschieden sind, wird eine Gesamtsumme ausgewiesen.

Für die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und ihren Hinterbliebenen sind insgesamt 54.674 Tsd. € (Vorjahr: 59.369 Tsd. €) zurückgestellt. Seit 2007 enthalten neu abgeschlossene Anstellungsverträge keine entsprechenden Pensionszusagen mehr.

Gewährte und geschuldete Vergütung an frühere Vorstandsmitglieder gemäß § 162 Abs. 1 AktG

(in Tsd. €)

	Grundvergütung		Nebenleistungen und sonstige Bezüge		Kurzfristige variable Vergütung		Langfristige variable Vergütung		Pensionszahlungen		Gesamt		Maximalvergütung p.a.
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	
Stefan De Loecker ¹	1.000	1.000	7	156	1.000	1.000	5.000 ²	–	–	–	7.007	2.156	4.500 ³
Relativer Anteil	14,3 %	46,4 %	0,1 %	7,2 %	14,3 %	46,4 %	71,4 %	– %	– %	– %	100 %	100 %	
Ralph Gusko ⁴	500	250	17	8	400	200	–	–	–	–	917	458	n/a
Relativer Anteil	54,5 %	54,6 %	1,9 %	1,7 %	43,6 %	43,7 %	– %	– %	– %	– %	100 %	100 %	
Asim Naseer ⁵	500	–	19	–	363	–	–	507 ²	–	–	882	507	6.000 ³
Relativer Anteil	56,7 %	– %	2,2 %	– %	41,2 %	– %	– %	– %	– %	– %	100 %	– %	
Thomas B. Quaas ⁶	–	–	–	–	–	–	–	–	232	232	232	232	n/a
Relativer Anteil	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	100 %	100 %	100 %	100 %	
Dessi Temperley ⁷	240	–	110	–	181	–	320 ²	–	–	–	851	–	1.500 ³
Relativer Anteil	28,2 %	– %	12,9 %	– %	21,3 %	– %	37,6 %	– %	– %	– %	100 %	– %	
Vor 2012 ausgeschiedene Mitglieder	–	–	–	–	–	–	–	–	1.785	1.775	1.785	1.775	n/a
Relativer Anteil	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	100 %	100 %	100 %	100 %	

¹ Bestellung bis 30.06.2021; Dienstvertrag bis 30.06.2023² Die LTP-Unternehmenswertbeteiligungen von Stefan De Loecker, Asim Naseer und Dessi Temperley wurden ihm Rahmen der Beendigung ihrer jeweiligen Bestellung abgerechnet. Die Auszahlung wurde für Stefan De Loecker nach der Hauptversammlung 2022 fällig; für Asim Naseer und Dessi Temperley wird sie nach der Hauptversammlung 2023 fällig. Siehe hierzu die Erläuterungen im vorherigen Abschnitt lit. g).³ In der im Vergütungssystem angegebenen Maximalvergütung p.a. ist die langfristige variable Vergütung zeitanteilig mit einem jährlichen Maximalwert enthalten. Bei Auszahlung solcher Vergütungsbestandteile ist die Maximalvergütung für Zwecke der Überprüfung ihrer Einhaltung daher um die Summe der jährlichen Maximalwerte über die jeweilige Laufzeit zu erhöhen. Die Maximalvergütung der jeweils gewährten LTP-Unternehmenswertbeteiligung über die gesamte Laufzeit beträgt dementsprechend: Für Stefan De Loecker 13.667 Tsd. €, für Asim Naseer 4.950 Tsd. € und für Dessi Temperley 5.867 Tsd. €. Zudem sind diese LTP-Unternehmenswertbeteiligungen nach Maßgabe des alten Vergütungssystems gewährt worden, so dass die im aktuellen Vergütungssystem festgelegte Maximalvergütung keine Anwendung findet. Gleichwohl erfolgt aus Transparenzgründen eine Gegenüberstellung; hieraus ergibt sich, dass die Maximalvergütung jeweils eingehalten wurde.⁴ Bestellung bis 21.12.2019; Dienstvertrag bis 30.06.2022⁵ Bestellung bis 05.04.2021; Dienstvertrag bis 31.12.2021⁶ Bestellung bis 26.04.2012; Dienstvertrag bis 31.03.2015⁷ Bestellung bis 05.04.2021; Dienstvertrag bis 30.06.2021**Zusagen für beendete Vorstandstätigkeiten**

Den 2022 ausgeschiedenen Vorstandsmitgliedern wurden folgende Leistungen im Rahmen ihrer regulären Beendigung zugesagt, die, soweit jeweils erforderlich, auch in den vorstehenden Tabellen zur individuellen Vorstandsvergütung ausgewiesen werden:

- Thomas Ingelfinger, der zum 30. Juni 2022 regulär aus dem Vorstand ausgeschieden ist, erhielt bis zum regulären Ablauf seines Dienstvertrags am 30. Juni 2022 alle vertragsgemäßen Leistungen. Dazu zählen der anteilige Variable Bonus 2022, der auf Grundlage der Zielerreichung für die gemeinschaftlichen Ziele und einer Zielerreichung von 110% für die individuellen Ziele 257 Tsd. € beträgt, sowie der Bonus aus seiner LTP-Unternehmenswertbeteiligung, die über die gesamte Dauer seiner Bestellung mit 1.903 Tsd. € abgerechnet wurde; sie werden jeweils nach der Hauptversammlung 2023 zur Zahlung fällig. Thomas Ingelfinger unterliegt einem nachvertraglichen Wettbewerbsverbot für die Dauer von 24 Monaten und erhält hierfür eine Karenzentschädigung von insgesamt 433 Tsd. € jährlich.
- Zhengrong Liu, der zum 31. Dezember 2022 regulär aus dem Vorstand ausgeschieden ist, erhielt bis zum regulären Ablauf seines Dienstvertrags am 31. Dezember 2022 alle vertragsgemäßen Leistungen. Dazu zählt insbesondere der Variablen Bonus für 2022, der auf Grundlage der tatsächlichen

Zielerreichung 435 Tsd. € beträgt und nach der Hauptversammlung 2023 zur Zahlung fällig wird. Seine langfristige variable Vergütung wird per Ende 2023 abgerechnet. Zhengrong Liu unterliegt einem nachvertraglichen Wettbewerbsverbot für die Dauer von 24 Monaten und erhält hierfür eine Karenzentschädigung von insgesamt 440 Tsd. € jährlich.

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 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.

In der nachstehenden Tabelle wird die dem Aufsichtsrat gewährte und geschuldete Vergütung im Sinne von § 162 Abs. 1 AktG ausgewiesen. In den Vorjahreszahlen ist dabei ein Teil der früheren, bis zum 30. Juni 2018 bestehenden variablen Vergütung enthalten. 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 nach der Hauptversammlung ausgezahlt, auf der der Jahresabschluss für das dritte auf das Ausgangsjahr folgende Geschäftsjahr vorgelegt wurde, sofern die durchschnittliche Dividende für das Ausgangsjahr und die folgenden drei Geschäftsjahre nicht niedriger war als die Dividende des Ausgangsjahres. Die variable Vergütung wurde demnach letztmalig im Geschäftsjahr 2021 gewährt und geschuldet im Sinne von § 162 Abs. 1 AktG.

Nach § 162 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 AktG sind 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.

Gewährte und geschuldete Vergütung des Aufsichtsrats gemäß § 162 Abs. 1 AktG¹

(in €)

	Fix		Sitzungsgeld		Ausschussvergütung		Gesamt	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Hong Chow	85.000	85.000	9.000	8.000	20.000	20.000	127.591	113.000
Relativer Anteil	66,6 %	75,2 %	7,1 %	7,1 %	15,7 %	17,7 %	100 %	100 %
Reiner Hansert	85.000	85.000	18.000	17.000	40.000	40.000	156.591	142.000
Relativer Anteil	54,3 %	59,9 %	11,5 %	12 %	25,5 %	28,2 %	100 %	100 %
Martin Hansson (bis 31.07.2022) (Stellvertr. Vorsitzender)	127.500	74.055	18.000	8.000	–	–	153.046	82.055
Relativer Anteil	83,3 %	90,3 %	11,8 %	9,7 %	– %	– %	100 %	100 %
Wolfgang Herz	85.000	85.000	12.000	9.000	20.000	20.000	117.000	114.000
Relativer Anteil	72,6 %	74,6 %	10,3 %	7,9 %	17,1 %	17,5 %	100 %	100 %
Uta Kemmerich-Keil (seit 01.08.2022)	–	35.630	–	4.000	–	13.260	–	52.890
Relativer Anteil	– %	67,4 %	– %	7,6 %	– %	25,1 %	– %	100 %
Andreas Köhn (seit 01.04.2021)	64.041	85.000	7.000	9.000	15.068	20.000	86.109	114.000
Relativer Anteil	74,4 %	74,6 %	8,1 %	7,9 %	17,5 %	17,5 %	100 %	100 %
Jan Koltze	85.000	85.000	8.000	6.000	–	–	93.000	91.000
Relativer Anteil	91,4 %	93,4 %	8,6 %	6,6 %	– %	– %	100 %	100 %
Dr. Dr. Christine Martel	85.000	85.000	13.000	12.000	100.000	100.000	211.591	197.000
Relativer Anteil	40,2 %	43,1 %	6,1 %	6,1 %	47,3 %	50,8 %	100 %	100 %
Olaf Papier	85.000	85.000	14.000	14.000	35.123	40.000	134.123	139.000
Relativer Anteil	63,4 %	61,2 %	10,4 %	10,1 %	26,2 %	28,8 %	100 %	100 %
Frédéric Pflanz (Stellvertr. Vorsitzender)	85.000	85.000	19.000	20.000	50.000	50.000	166.953	155.000
Relativer Anteil	50,9 %	54,8 %	11,4 %	12,9 %	29,9 %	32,3 %	100 %	100 %
Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender)	212.500	212.500	14.000	11.000	–	–	226.500	223.500
Relativer Anteil	93,8 %	95,1 %	6,2 %	4,9 %	– %	– %	100 %	100 %
Prof. Manuela Rousseau (Stellvertr. Vorsitzende)	127.500	127.500	11.000	11.000	–	–	152.091	138.500
Relativer Anteil	83,8 %	92,1 %	7,2 %	7,9 %	– %	– %	100 %	100 %
Kirstin Weiland	85.000	85.000	10.000	6.000	20.000	20.000	115.000	111.000
Relativer Anteil	73,9 %	76,6 %	11 %	5,4 %	17,4 %	18 %	100 %	100 %
Gesamtsummen	1.232.966²	1.214.685	159.000²	135.000	310.164²	323.260	1.865.334³	1.672.945

¹ Ausweis ohne Mehrwertsteuer.

² Hierin enthalten sind zusätzlich folgende Beträge an das am 01.04.2021 ausgeschiedene Mitglied Regina Schillings: 21.452 € (Fix), 6.000 € (Sitzungsgeld) und 9.973 € (Ausschussvergütung).

³ In dieser Gesamtsumme für 2021 ist zusätzlich die Gesamtvergütung des am 01.04.2021 ausgeschiedenen Mitglieds Regina Schillings in Höhe von 37.398 € enthalten. Zudem sind hierin folgende Beträge aus der bis 2018 bestehenden langfristigen variablen Vergütung an frühere und amtierende Mitglieder enthalten: Jeweils 13.591 € für Hong Chow (entspricht 10,7 % der in 2021 gewährten Vergütung), Reiner Hansert (entspricht 8,7 % der in 2021 gewährten Vergütung), Frank Ganschow (bis 17.04.2019), Michael Herz (bis 29.04.2020), Matthias Locher (bis 17.04.2019), Dr. Dr. Christine Martel (entspricht 6,4 % der in 2021 gewährten Vergütung), Tomas Nieber (bis 17.04.2019), Prof. Manuela Rousseau (entspricht 8,9 % der in 2021 gewährten Vergütung) und Poul Weihrach (bis 17.04.2019); 7.546 € für Martin Hansson (bis 31.07.2022; entspricht 4,9 % der in 2021 gewährten Vergütung); 20.386 € für Thorsten Irtz (bis 17.04.2019); 12.953 € für Frédéric Pflanz (entspricht 8 % der in 2021 gewährten Vergütung).

3. Vergleichende Darstellung der jährlichen Veränderung der Vergütung und der Ertragsentwicklung

Die folgende Tabelle enthält eine vergleichende Darstellung der jährlichen Veränderung der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung, 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.

Die abgebildete Veränderung der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung bezieht sich dabei auf die jeweils gewährte oder geschuldete Vergütung im Sinne des § 162 Abs. 1 Satz 1 AktG. Insoweit können relative Änderungen in der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung alleine durch unterjährige Ein- und Austritte, mögliche Funktionswechsel oder Auszahlung variabler Vergütungsbestandteile zurückzuführen sein. Mit Blick auf das gegenüber dem Vergütungsbericht 2021 angepasste Begriffsverständnis der „gewährten“ Vergütung (siehe hierzu den Abschnitt „Individuelle Vergütung des Vorstands 2022“) kann es zudem zu Abweichungen gegenüber den im Vergütungsbericht 2021 angegebenen Werten kommen.

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 Vergütung der Arbeitnehmer*innen wird auf die durchschnittliche Vergütung der Belegschaft in den Beiersdorf Gesellschaften im Unternehmensbereich Consumer (exkl. tesa) auf Vollzeitäquivalenzbasis 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 Gesamtbelegschaft (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.

Vergleich jährliche Veränderung der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung gem. §162 AktG

	2022	2021	2022 vs. 2021 in %	2021 vs. 2020 in %	2020 vs. 2019 in %	2019 vs. 2018 in %
Vorstandsvergütung (in Tsd. €)						
Vincent Warnery (Vorsitzender seit 01.05.2021)	2.614	7.050	-62,9 %	744,3 %	-13,4 %	6,2 %
Oswald Barckhahn (seit 15.10.2021)	1.125	242	364,9 %	- %	- %	- %
Astrid Hermann (seit 01.01.2021)	957	1.027	-6,8 %	- %	- %	- %
Thomas Ingelfinger (bis 30.06.2022)	2.391	885	170,2 %	14 %	-18,1 %	6,8 %
Nicola D. Lafrentz (seit 01.05.2022)	683	-	- %	- %	- %	- %
Zhengrong Liu (bis 31.12.2022)	1.072	997	7,5 %	24,2 %	-16 %	2 %
Grita Loeb sack (seit 01.01.2022)	1.519	-	- %	- %	- %	- %
Ramon A. Mirt (seit 01.01.2019)	4.721	1.375	243,3 %	12,2 %	-20,6 %	- %
Patrick Rasquinet (seit 01.06.2021)	1.077	659	63,4 %	- %	- %	- %

Vor 2022 ausgeschiedene Mitglieder des Vorstands						
Stefan De Loecker (bis 30.06.2021)	2.156	7.007	-69,2 %	229,9 %	-36,1 %	-25,8 %
Ralph Gusko (bis 31.12.2019)	458	917	-50,1 %	-16,2 %	-23,9 %	27,5 %
Asim Naseer (bis 05.04.2021)	507	882	-42,5 %	2,1 %	-32,4 %	- %
Dessi Temperley (bis 05.04.2021)	-	851	-100 %	-42,8 %	-43,3 %	62,1 %
Aufsichtsratsvergütung (in Tsd. €)						
Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender seit 30.04.2008)	224	227	-1,3 %	12,3 %	-13,7 %	20 %
Hong Chow (seit 20.04.2017)	113	128	-11,4 %	6,1 %	8,4 %	17,6 %
Reiner Hansert (seit 20.04.2017)	142	157	-9,3 %	2,6 %	6,7 %	22,5 %
Martin Hansson (bis 31.07.2022)	82	153	-46,4 %	2,6 %	6,7 %	22,5 %
Wolfgang Herz (seit 29.04.2020)	114	117	-2,6 %	23,8 %	- %	- %
Uta Kemmerich-Keil (seit 01.08.2022)	53	-	- %	- %	- %	- %
Andreas Köhn (seit 01.04.2021)	114	86	32,4 %	- %	- %	- %
Jan Koltze (seit 17.04.2019)	91	93	-2,2 %	17,4 %	-13,9 %	- %
Dr. Dr. Christine Martel (seit 26.04.2012)	197	212	-6,9 %	6,1 %	-12,6 %	27,8 %
Olaf Papier (seit 17.04.2019)	139	134	3,6 %	33,8 %	-13,8 %	- %
Frédéric Pflanz (Stellvertr. Vorsitzender seit 02.09.2022)	155	167	-7,2 %	33,9 %	17,4 %	65 %
Prof. Manuela Rousseau (Stellvertr. Vorsitzende seit 17.04.2019)	139	152	-8,9 %	-2, %	-1,3 %	29,3 %
Kirstin Weiland (seit 17.04.2019)	111	115	-3,5 %	14,7 %	-12,7 %	- %
Vor 2022 ausgeschiedene Mitglieder des Aufsichtsrats						
Frank Ganschow (bis 17.04.2019)	-	14	-100 %	-50,1 %	-51,5 %	85,3 %
Michael Herz (bis 29.04.2020)	-	14	-100 %	-79,1 %	39,1 %	12,4 %
Thorsten Irtz (bis 17.04.2019)	-	20	-100 %	-50,1 %	-49,1 %	76,8 %
Matthias Locher (bis 17.04.2019)	-	14	-100 %	-50,1 %	-51,5 %	85,3 %
Tomas Nieber (bis 17.04.2019)	-	14	-100 %	-50,1 %	-58,7 %	63,3 %
Regina Schillings (bis 01.04.2021)	-	37	-100 %	25,1 %	-11,9 %	- %
Poul Wehrauch (bis 17.04.2019)	-	14	-100 %	-50,1 %	-48,8 %	83,3 %
Ertragsentwicklung						
Jahresüberschuss Beiersdorf AG nach HGB (in Mio. €)	308	123	150,4 %	-36,9 %	2,9 %	-28,4 %
EBIT-Umsatzrendite Unternehmensbereich Consumer (in %)	12,3 %	12,1 %	0,2 %	-0,2 %	-1,8 %	-1,2 %
Umsatzerlöse Unternehmensbereich Consumer (in Mio. €); Veränderungen zum Vorjahr in % (organisch)	7.131	6.129	10,5 %	8,8 %	-6,6 %	4,8 %
Durchschnittliche Vergütung der Mitarbeitenden (in Tsd. €)						
Vergütung Gesamtbelegschaft des Unternehmensbereichs Consumer (Deutschland)	92	89	2,7 %	1,5 %	3,1 %	6 %

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 2022 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, der 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, 17. Februar 2023

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Janze
Wirtschaftsprüfer

Siemer
Wirtschaftsprüferin

Zehnjahresübersicht

(in Mio. €)

(sofern nicht anders angegeben)

		2013	2014	2015	2016	2017	2018 ²	2019 ^{1/2}	2020	2021	2022
Umsatz		6.141	6.285	6.686	6.752	7.056	7.233	7.653	7.025	7.627	8.799
Veränderungen zum Vorjahr (nominal)	(in %)	1,7	2,3	6,4	1,0	4,5	2,5	5,8	-8,2	8,6	15,4
Consumer		5.103	5.209	5.546	5.606	5.799	5.890	6.274	5.700	6.129	7.131
tesa		1.038	1.076	1.140	1.146	1.257	1.343	1.379	1.325	1.498	1.668
Europa		3.390	3.421	3.447	3.461	3.568	3.673	3.757	3.467	3.676	3.900
Amerika		1.092	1.116	1.243	1.252	1.307	1.267	1.372	1.347	1.527	2.126
Afrika/Asien/Australien		1.659	1.748	1.996	2.039	2.181	2.293	2.524	2.211	2.424	2.773
EBITDA		926	975	1.091	1.163	1.238	1.262	1.270	1.085	1.220	1.379
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		820	796	962	1.015	1.088	1.097	1.032	828	933	1.092
Ergebnis vor Steuern		815	811	968	1.040	1.022	1.048	1.037	821	907	1.096
Jahresüberschuss		543	537	671	727	689	745	736	577	655	771
Umsatzrendite nach Steuern	(in %)	8,8	8,5	10,0	10,8	9,8	10,3	9,6	8,2	8,6	8,8
Ergebnis je Aktie	(in €)	2,35	2,33	2,91	3,13	2,96	3,21	3,17	2,47	2,81	3,33
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		73,64	67,42	84,16	80,60	97,90	91,16	106,65	94,44	90,38	107,20
Marktkapitalisierung am 31.12.		18.557	16.990	21.208	20.311	24.671	22.972	26.875	23.799	22.776	27.014
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung		154	168	183	188	196	211	236	246	268	291
in % vom Umsatz		2,5	2,7	2,7	2,8	2,8	2,9	3,1	3,5	3,5	3,3
Mitarbeitende am 31.12.		16.708	17.398	17.659	17.934	18.934	20.059	20.654	20.306	20.567	21.401
Immaterielle Vermögenswerte		176	119	119	119	140	200	581	545	538	1.111
Sachanlagen		785	964	1.054	1.046	1.026	1.239	1.619	1.630	1.845	2.201
Langfristige finanzielle Vermögenswerte/ Wertpapiere		804	1.059	1.318	1.919	2.554	2.642	2.830	3.462	3.990	3.233
Vorräte		733	786	772	739	854	986	1.012	1.001	1.144	1.557
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		2.316	2.426	2.692	2.878	2.730	2.874	2.861	2.563	2.747	3.129
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		984	976	918	872	901	919	1.145	1.005	1.036	1.080
Eigenkapital		3.405	3.640	4.201	4.677	5.125	5.647	6.093	6.263	6.894	7.805
Fremdkapital		2.393	2.690	2.672	2.896	3.080	3.213	3.961	3.942	4.405	4.543
Rückstellungen		997	1.166	1.074	1.242	1.207	1.227	1.478	1.594	1.517	1.142
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		973	1.022	1.152	1.244	1.420	1.554	1.660	1.642	1.973	2.328
Sonstige Verbindlichkeiten		423	502	446	410	453	443	823	704	915	1.073
Bilanzsumme		5.798	6.330	6.873	7.573	8.205	8.860	10.054	10.205	11.299	12.348
Eigenkapitalquote	(in %)	59	58	61	62	62	64	61	61	61	63

¹ 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.

² 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	Kapitalanteil (in %)
Beiersdorf Manufacturing Berlin GmbH	Berlin	100,00 %
Dermanostic GmbH	Düsseldorf	9,71 %
La Prairie Group Deutschland GmbH	Düsseldorf	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 %
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 %
Beiersdorf Beteiligungs GmbH	Leezen	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	Kapitalanteil (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	92,53 %
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	100,00 %
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 Argenton, S.L.	ES, Argenton	100,00 %
tesa tape S.A.	ES, Argenton	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	99,93 %
CHANTECAILLE-Paris SARL	FR, Paris	100,00 %
Beiersdorf UK Ltd.	GB, Birmingham	100,00 %
Chantecaille (UK) Ltd.	GB, Chorleywood	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	13,20 %
Beiersdorf Hellas A.E.	GR, Athen	100,00 %
tesa tape A.E.	GR, Gerakas	100,00 %
Beiersdorf d.o.o.	HR, Zagreb	100,00 %
Beiersdorf Kft.	HU, Budapest	100,00 %

Europa

(Fortsetzung)

Name der Gesellschaft	Sitz	Kapitalanteil (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 %
tesa SpA	IT, Mailand	100,00 %
Comet SpA	IT, Solbiate con Cagno	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 %
tesa BV	NL, Hilversum	100,00 %
tesa Western Europe B.V.	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, Barcarena Queluz de Baixo	100,00 %
tesa Portugal - Produtos Adesivos, Lda.	PT, Barcarena Queluz de Baixo	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	Kapitalanteil (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 %
Chantecaille Beaute Canada Inc.	CA, Toronto	100,00 %
tesa tape Chile S.A.	CL, Las Condes	100,00 %
Beiersdorf S.A.	CL, Providencia	100,00 %
Beiersdorf S.A.	CO, Bogotá	100,00 %
tesa tape Colombia S.A.S.	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 %
BSS HUB MÉXICO, S.C.	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 %
Sugru Inc.	US, Livonia, MI	100,00 %
Chantecaille Beaute Inc.	US, New York City, NY	100,00 %
LaPrairie.com LLC	US, New York City, NY	100,00 %
Functional Coatings LLC	US, Newburyport, MA	100,00 %
La Prairie, Inc.	US, Piscataway, NJ	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 %
Panda International Holdings Inc.	US, Wilmington, DE	100,00 %
Pangolin Holdings Inc.	US, Wilmington, DE	100,00 %
tesa Functional Coatings Inc. USA	US, Wilmington, DE	100,00 %
tesa TL LLC	US, Wilmington, DE	100,00 %
Beiersdorf S.A.	UY, Montevideo	100,00 %
Beiersdorf S.A.	VE, Caracas	100,00 %

Afrika/Asien/Australien

Name der Gesellschaft	Sitz	Kapitalanteil (in %)
Beiersdorf Middle East FZCO	AE, Dubai	100,00 %
Beiersdorf Near East FZ-LLC	AE, Dubai	100,00 %
TESA ME FZE	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 %
Chantecaille Beaute 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 %
Chantecaille (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 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 ¹	ID, Jakarta	91,00 %
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 %
Chantecaille Beaute Korea Ltd.	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 %

¹ Dies entspricht dem rechtlichen Anteil von Beiersdorf zum 31.12.2022. Die verbleibenden Anteile in Höhe von 9 % hat Beiersdorf mit Wirkung zum 11. Januar 2023 direkt bzw. über Tochtergesellschaften erworben. Da der Kaufpreis bereits im Geschäftsjahr 2022 geleistet wurde, ist Beiersdorf das wirtschaftliche Eigentum zum Bilanzstichtag zuzuordnen und der Erwerb bereits im Abschluss des Geschäftsjahres 2022 abgebildet worden.

Afrika/Asien/Australien

(Fortsetzung)

Name der Gesellschaft	Sitz	Kapitalanteil (in %)
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 %
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, Taguig 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 %
Chantecaille Beaute 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

→ 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

→ Mitarbeit

Gestaltung/Realisierung

nexxar GmbH, Wien

Übersetzung/Korrektur

Leinhäuser Language Services GmbH, Unterhaching

Cover

Adobe Stock/kanashkin

Unter der Beachtung von Nachhaltigkeitsaspekten wird der Geschäftsbericht nicht mehr als Printversion, sondern ausschließlich als Onlineversion und PDF 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

2023

13. April

Hauptversammlung

26. April

**Quartalsmitteilung
Januar bis März 2023**

3. August

Halbjahresbericht 2023

25. Oktober

**Quartalsmitteilung
Januar bis September 2023**

2024

Februar/März

**Veröffentlichung
Geschäftsbericht 2023,
Bilanzpressekonferenz,
Finanzanalystenkonferenz**

April

Hauptversammlung

April/Mai

**Quartalsmitteilung
Januar bis März 2024**

August

Halbjahresbericht 2024

Oktober

**Quartalsmitteilung
Januar bis September 2024**

Beiersdorf

Beiersdorf Aktiengesellschaft
Unnastraße 48, 20245 Hamburg, Deutschland
Tel.: +49 40 4909-0, Fax: +49 40 4909-3434
Internet: www.beiersdorf.de