



Geschäftsbericht 2009

Unsere Stärken im Fokus

BDF ●●●●

Beiersdorf

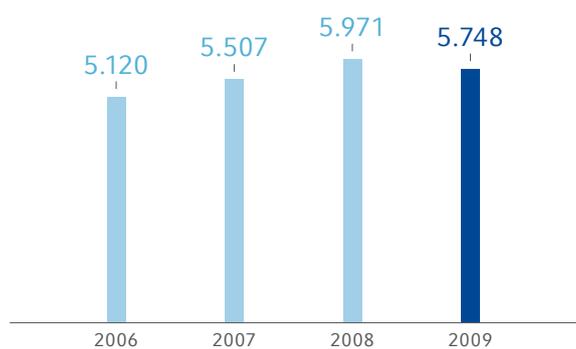
>	Unsere Stärken im Fokus	
>	01 An die Aktionäre	
	10 Brief des Vorstandsvorsitzenden
	12 Der Vorstand der Beiersdorf AG
	14 Beiersdorf Aktie und Investor Relations
	16 Bericht des Aufsichtsrats
>	02 Konzernlagebericht	
	22 Geschäft und Strategie
	26 Wirtschaftliches Umfeld
	28 Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage
	40 Forschung und Entwicklung
	44 Nachhaltigkeit
	49 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
	52 Erklärung zur Unternehmensführung
	52 Corporate Governance-Bericht
	57 Vergütungsbericht
	70 Risikobericht
	73 Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen
	73 Nachtragsbericht
	74 Übernahmerechtliche Angaben
	77 Prognosebericht
>	03 Konzernabschluss	
	80 Gewinn- und Verlustrechnung Konzern
	81 Gesamtergebnisrechnung
	82 Bilanz Konzern
	83 Kapitalflussrechnung Konzern
	84 Eigenkapitalveränderungsrechnung Konzern
		Konzernanhang
	86 Segmentberichterstattung Konzern
	88 Grundlagen und Methoden
	95 Konsolidierungskreis, Akquisitionen und Divestments
	98 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
	101 Erläuterungen zur Bilanz
	117 Sonstige Angaben
	121 Organe der Beiersdorf AG
>	04 Bestätigungen	
	124 Bestätigungsvermerk
	126 Versicherung des Vorstands
>	05 Weitere Informationen	
	128 Jahresabschluss der Beiersdorf AG nach HGB (Kurzfassung)
	129 Glossar
	130 Stichwortverzeichnis
	132 Zehnjahresübersicht
	133 Finanzkalender
	133 Impressum

Beiersdorf auf einen Blick

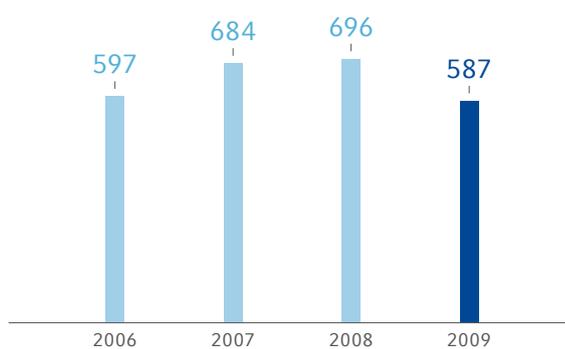
Die Kennzahlen

		2008	2009
Umsatz Konzern	(in Mio. €)	5.971	5.748
Veränderung zum Vorjahr (organisch)	(in %)	7,5	-0,7
Umsatz Consumer	(in Mio. €)	5.125	5.011
Veränderung zum Vorjahr (organisch)	(in %)	8,6	1,2
Umsatz tesa	(in Mio. €)	846	737
Veränderung zum Vorjahr (organisch)	(in %)	1,3	-12,2
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	(in Mio. €)	696	587
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	(in Mio. €)	797	587
Jahresüberschuss	(in Mio. €)	567	380
Umsatzrendite nach Steuern	(in %)	9,5	6,6
Ergebnis je Aktie	(in €)	2,48	1,65
Dividendensumme	(in Mio. €)	204	159
Dividende je Aktie	(in €)	0,90	0,70
Brutto-Cashflow	(in Mio. €)	520	507
Investitionen (inklusive langfristige Finanzinvestitionen)	(in Mio. €)	161	125
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	(in Mio. €)	149	149
Mitarbeiter	(Anzahl am 31.12.)	21.766	20.346

UMSATZ KONZERN // IN MIO. €



BETRIEBLICHES ERGEBNIS KONZERN // IN MIO. € EBIT, OHNE SONDEREFFEKTE

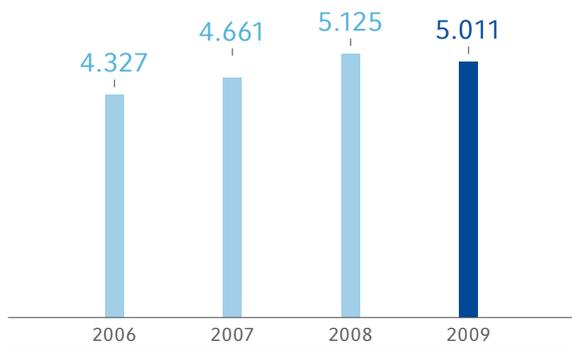


Unternehmensbereiche

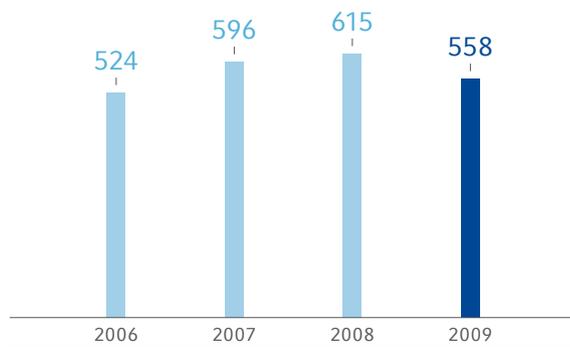
Der Unternehmensbereich Consumer

Mit globalen Marken wie NIVEA, Eucerin und La Prairie sowie weiteren regional starken Marken gehören wir zu den international führenden Unternehmen für Haut- und Schönheitspflege. Unsere Produkte erfüllen höchste Ansprüche an Qualität und Innovationskraft, bieten einen erlebbaren Produktnutzen und entsprechen den Bedürfnissen unserer Verbraucher. Unsere globale Verbraucherorientierung stärkt das Vertrauen in und die Sympathie für unsere Marken und kräftigt so die Position von Beiersdorf im weltweiten Wettbewerb.

UMSATZ CONSUMER // IN MIO. €



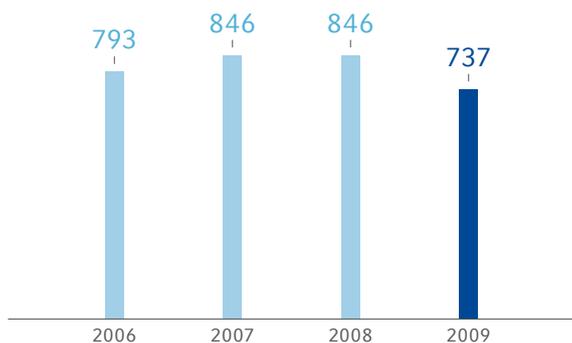
BETRIEBLICHES ERGEBNIS CONSUMER // IN MIO. €
EBIT, OHNE SONDEREFFEKTE



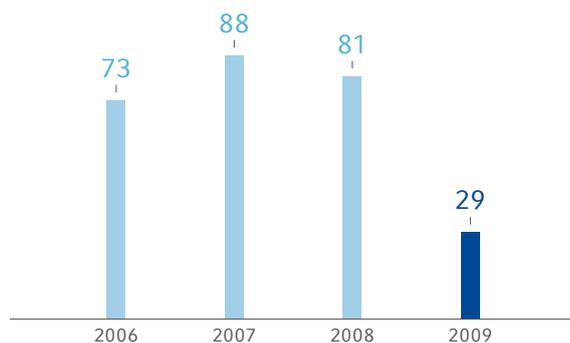
Der Unternehmensbereich tesa

Der Unternehmensbereich tesa entwickelt, produziert und vermarktet selbstklebende System- und Produktlösungen für Industrie, Gewerbe und Konsumenten. In diesem Segment belegen wir dank unserer zuverlässigen Qualität, hoher Innovationsleistung und der Nutzung überragender Technologien in vielen Anwendungsbereichen einen internationalen Spitzenplatz. Im Vordergrund unseres Handelns stehen die Kunden, für die tesa effektive Problemlösungen entwickelt und anbietet.

UMSATZ TESA // IN MIO. €



BETRIEBLICHES ERGEBNIS TESA // IN MIO. €
EBIT





Unsere Stärke. Unser Profil.

Starke Marken in unterschiedlichen Segmenten – das ist Beiersdorf. Mit tesa sind wir einer der weltweit führenden Hersteller von selbstklebenden System- und Produktlösungen. Mit unserem Unternehmensbereich Consumer, auf den wir im Folgenden unseren inhaltlichen Schwerpunkt legen, zählen wir zu den international führenden Unternehmen für Haut- und Schönheitspflege. Hier sind wir mit der Haut- und Schönheitspflegemarke NIVEA, der Dermokosmetik-Marke Eucerin und der Premium-Marke La Prairie weltweit präsent. Unsere Konzentration auf weit überdurchschnittliche Verbraucherorientierung, ausgezeichnete Forschung und Entwicklung, eine herausragende Supply Chain und attraktive Konzepte für den Handel ist unsere Stärke und zugleich wesentliche Basis für unseren Erfolg. Stellvertretend für diese vier Bereiche stellen wir Ihnen auf den folgenden Seiten vier unserer Mitarbeiter vor. Mitarbeiter, die mit ihrem Engagement unser Unternehmen kontinuierlich voranbringen – und die unsere Stärken im Fokus haben.



IM FOKUS: UNSERE VERBRAUCHER.

Wir haben Ihre Wünsche
und Bedürfnisse im Blick.



KATRIN KASKE · CONSUMER CONNECTIVITY UNIT

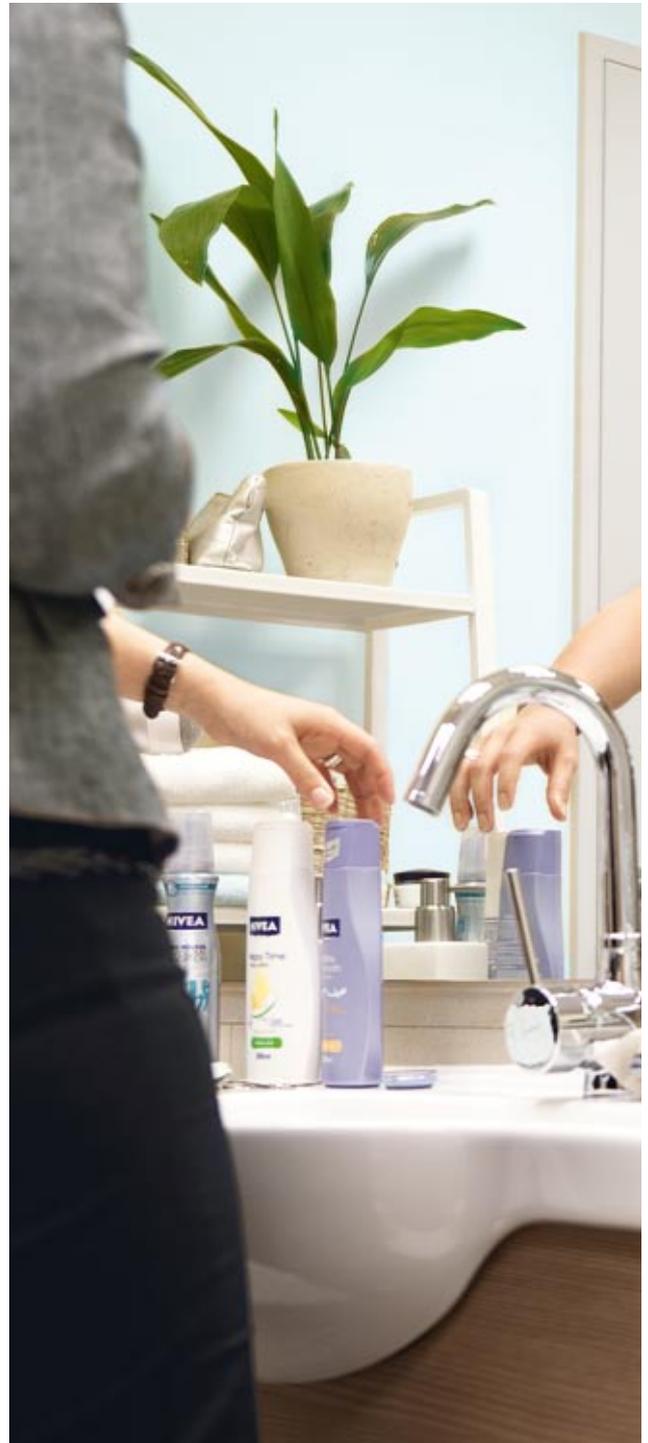
Wir verstehen, was die Menschen bewegt, und gehen gezielt auf ihre Bedürfnisse ein. Dazu trägt zum Beispiel Katrin Kaske bei. Sie hat die Wünsche unserer Verbraucher im Blick. Sie spricht mit ihnen, wirft einen Blick in ihre Welt und liefert so wichtige Erkenntnisse für die Entwicklung neuer Produkte. Durch den direkten Kontakt zu unseren Verbrauchern spürt sie schon heute auf, was unsere Zielgruppen morgen wünschen. Die Zufriedenheit der Verbraucher ist für Katrin Kaske Bestätigung und Motivation zugleich.

Globale Verbrauchernähe:
Kern unserer Consumer Business Strategie.

Konsequente und globale Verbraucherorientierung ist das Fundament für unseren anhaltenden Erfolg. Zu diesem Zweck sammeln Beiersdorf Mitarbeiter wie Katrin Kaske auf der ganzen Welt so genannte „Consumer Insights“. Sie beschreiben, was die Verbraucher denken und fühlen und welche Erwartungen sie an eine zeitgemäße Haut- und Schönheitspflege haben. Auf dieser Grundlage werden konkrete Ideen und Konzepte für den Innovationsprozess entwickelt. „Consumer Connectivity“ nennen wir das Prinzip, nach dem wir uns konsequent auf die Verbraucher fokussieren. Das Ziel: Durch das umfassende Verständnis der Wünsche und Bedürfnisse sowie der Lebens- und Pflegegewohnheiten unserer Verbraucher können wir ihnen maßgeschneiderte Produkte anbieten und in der Kommunikation die richtige Ansprache finden. Und zugleich die Position unserer starken Marken gezielt ausbauen.

Großes Vertrauen der Verbraucher:
Hohe Qualität zu fairen Preisen.

Wir hören den Verbrauchern nicht nur gut zu und sind ihnen nah. Wir nutzen das Wissen aus dem persönlichen Kontakt, um innovative und bedarfsnahe Produkte mit erlebbarem Nutzen zu entwickeln. Die Verbraucher danken uns dieses Engagement mit ihrem Vertrauen in und ihrer Sympathie für unsere Marken. So wird NIVEA Jahr für Jahr in vielen Ländern von Reader's Digest zur vertrauenswürdigsten Hautpflegemarke gewählt. Ähnlich sieht es bei unserer Marke Eucerin aus: sie genießt höchste Anerkennung und größtes Vertrauen bei Dermatologen, Apothekern und Verbrauchern auf der ganzen Welt. Diese Zufriedenheit entsteht durch die Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit und Authentizität unserer Produkte – und durch ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Um dieses positive Image zu pflegen, entwickeln wir die Beiersdorf Marken kontinuierlich und nah an den Verbrauchervünschen weiter.





**Katrin Kaske zu Besuch
bei einer Verbraucherin.**

Durch den Blick ins Badezimmer
und in die Lebens- und Pflegegewohn-
heiten unserer Verbraucher gewinnen
Mitarbeiter wie Katrin Kaske wichtige
Erkenntnisse über die Personen, die wir
für unsere Marken begeistern wollen.





IM FOKUS: UNSERE FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG.

Wir haben frische Ideen für
die Pflegeprodukte von morgen.



**Dr. Annika Schrader in unserem
Hamburger Hautforschungszentrum.**

Ihre Arbeit in einem Team aus nationalen
und internationalen Wissenschaftlern
begeistert die promovierte Biologin.
Gemeinsam entwickeln sie ständig weg-
weisende, neue Produkte zur Marktreife.





DR. ANNIKA SCHRADER · RESEARCH SCIENTIST, HAUTALTERUNG

Unsere Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung setzen mit ihren Innovationen Maßstäbe. Zu diesem Team gehört auch Dr. Annika Schrader. Sie betreute im Geschäftsjahr 2009 eine ganz besondere Innovation: die neue Eucerin AQUAporin ACTIVE-Serie, die die Haut intensiv mit Feuchtigkeit versorgt. Dass dieses Produkt nun seit Anfang 2010 weltweit in den Regalen steht, ist für die promovierte Wissenschaftlerin Antrieb für immer neue, bedarfsgerechte Innovationen, die den Wünschen und Bedürfnissen der Verbraucher entsprechen.

Grundlagenforschung als Erfolgsmotor:
Mehr als 125 Jahre Forschungskompetenz.

Richtungsweisende Forschung und Entwicklung hat bei Beiersdorf Tradition. Bereits im Jahr 1900 entstand die Grundlage für unsere Marke Eucerin, elf Jahre später setzten wir mit NIVEA einen weiteren Meilenstein. Heute zählt das Forscherteam mit Entwicklungszentren in Hamburg, der Schweiz und in China weltweit rund 550 Beiersdorf Wissenschaftler. Sie betreiben dermatologische Grundlagenforschung und prüfen Substanzen sowie Rezepturen auf ihre Verträglichkeit und Wirksamkeit – und sie entwickeln innovative Produkte, die höchste Ansprüche an Qualität erfüllen. Dabei kooperieren sie eng mit namhaften, internationalen Universitäten und Instituten.

Globale Forschung:
Länderübergreifendes Teamwork.

Wir beschäftigen uns intensiv mit regionalen Märkten und passen unsere Produkte an die unterschiedlichen Besonderheiten und Bedürfnisse an. Das eigens eingerichtete Asien-Labor und das Lateinamerika-Labor in unserem Hamburger Hautforschungszentrum schaffen die Voraussetzung, spezielle Pflegeprodukte für diese Regionen zu entwickeln – jeweils in Abstimmung mit den entsprechenden Ländern. Zusätzliche Expertise generieren wir auch aus der engen und intensiven Zusammenarbeit und dem Austausch mit den Forschern unserer chinesischen Tochtergesellschaft C-BONS Hair Care in Wuhan. Die lokal gewonnenen Erkenntnisse über den chinesischen Haarpflegemarkt, die regionalen Verbrauchergewohnheiten sowie die anspruchsvollen Haarpflege- und Styling-Technologien stärken die Innovationskraft unseres Unternehmens. Und sie unterstützen uns dabei, die Weltmarktanteile zu erhöhen und im dynamischen chinesischen Kosmetikmarkt eine führende Rolle einzunehmen.

Weltweit nah am Verbraucher.

Mit mehr als 150 Tochtergesellschaften ist Beiersdorf rund um den Globus präsent. So erwirtschaften wir heute rund 75 Prozent unseres Umsatzes außerhalb des deutschen Markts.

Die folgenden fünf Mitarbeiter stehen stellvertretend für unsere globale Präsenz und unsere weltweit mehr als 20.000 Mitarbeiter. Sie alle kennen die Basis für unseren Erfolg: der Fokus auf unsere starken Marken und die globale Ausrichtung unseres Geschäfts an den Besonderheiten der regionalen Märkte.

—
Mary Margaret York
Category Manager
Procurement
USA



»Mit unseren emotionalen Marktaktivitäten haben wir es geschafft, das Markenbewusstsein für NIVEA bei den amerikanischen Verbrauchern deutlich zu steigern.«

—
Gustavo Frisina
International Brand Manager
Brasilien



»Brasilianer gehören zu den Menschen mit dem stärksten Schönheitsbewusstsein. Das macht diesen Kosmetikmarkt sehr krisenresistent und zu einem der wachstumsstärksten in Lateinamerika.«

ANZAHL MITARBEITER NACH REGIONEN // IN %



—
Johanna
Waschmann

Junior Product Manager
Deutschland



»Wir sind mit unseren Marken gut aufgestellt, um unsere Spitzenposition in Europa kontinuierlich zu stärken.«

—
Gregory Cho
Yin Yam

International Brand Manager
China



»Der asiatische Markt, speziell China, zählt zu den für uns umsatzstärksten Regionen. Im Wachstumsmarkt China haben wir mit NIVEA und unseren Haarpflegeprodukten von C-BONS Hair Care eine starke Position.«

—
Warren Palmer

Manager Strategy Development
Südafrika



»Der afrikanische Kontinent ist eine vielfältige und bunte Mischung aus Kulturen und ethnischen Gruppen mit unterschiedlichen Schönheitsidealen. Dank unserer Marken sind wir gut aufgestellt, um die wachsenden Bedürfnisse unserer heutigen und zukünftigen Verbraucher zu decken.«

UMSATZ KONZERN NACH REGIONEN // IN %





IM FOKUS: UNSERE SUPPLY CHAIN.

Wir legen Wert auf
reibungsslose Abläufe.



JÜRGEN FLETEMEYER · WARENVERTEILZENTRUM ZENTRALEUROPA

Mit einer herausragenden Supply Chain gewährleisten wir, dass die Verbraucher unsere Produkte weltweit zur richtigen Zeit, am richtigen Ort und in zuverlässig hoher Qualität erhalten können. Jürgen Fletemeyer stellt sich dieser Herausforderung. Sein Anspruch, Prozesse und Qualität in der Supply Chain permanent zu verbessern, motiviert ihn und sein Team zu Spitzenleistungen.

Neuausrichtung der Supply Chain:
Auszeichnung für herausragende Logistikprozesse.

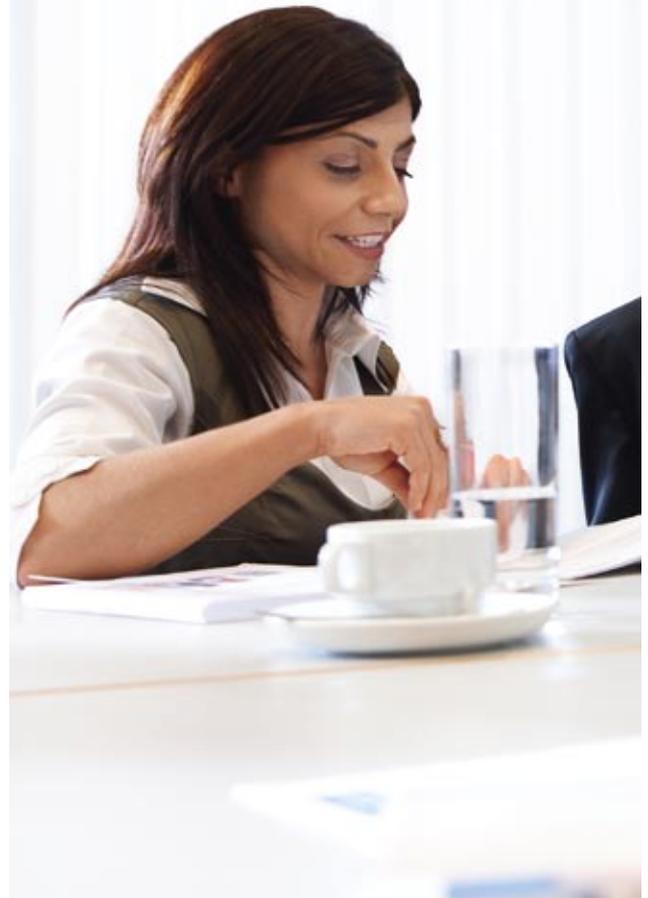
Unsere Kunden erwarten, dass wir eine schnelle Auslieferung sicherstellen und zeitnah auf kurzfristige Nachfrageänderungen reagieren können. Um unsere Schlagkraft in diesem Bereich zu stärken, haben wir in den letzten Jahren unsere Supply Chain ganzheitlich neu ausgerichtet und konzentriert an der Optimierung unserer Strukturen und Prozesse gearbeitet. Mit großem Erfolg: Laut einer internationalen Studie (2009: „My Chain Delivers“, Studie der European Business School, McKinsey und der Bundesvereinigung Logistik) zählt Beiersdorf zu den weltweiten Best-Practice-Beispielen für Logistikprozesse. Denn wir reagieren frühzeitig auf sich verändernde Rahmenbedingungen, nutzen Synergien und agieren nachhaltig und verantwortungsvoll.

Die Supply Chain der Zukunft:
Verstärkte Zusammenarbeit mit Partnern.

Wir analysieren globale Mega-Trends, wie die immer individuelleren Wünsche von Verbrauchern und Handelspartnern, den demografischen Wandel, die Entwicklung des Ölmarkts und die Verpflichtung, nachhaltig zu handeln. Daraus abgeleitet haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr verschiedene Handlungsfelder definiert, die die Grundlage unserer neuen Supply Chain-Strategie bilden. Dabei geht es unter anderem um die weitere Verbesserung der Logistik- und Produktionsstrukturen sowie der Prozesse. Hier wird insbesondere der Zusammenarbeit mit externen Partnern große Bedeutung beigemessen. Beispielsweise mit Rohstofflieferanten, um die Erwartungen und Planung beider Seiten in Einklang zu bringen und dadurch kürzere Beschaffungszeiten und eine höhere Innovationsgeschwindigkeit zu ermöglichen. Oder mit Logistikpartnern, die durch die gebündelte Warenauslieferung mehrerer Unternehmen neben Kostenvorteilen auch zur Senkung der Umweltbelastung beitragen. Diese Kooperationen tragen wesentlich dazu bei, dass Beiersdorf für die Herausforderungen der Zukunft optimal aufgestellt ist.

Jürgen Fletemeyer mit Kollegen aus verschiedenen Fachbereichen.

Im partnerschaftlichen Dialog entstehen immer neue logistische Abläufe und Prozesse, die ein gemeinsames Ziel haben: den Verbraucher rundum zufriedenstellen.







IM FOKUS: UNSERE VERTRIEBSKONZEPTE.

Wir machen
unsere Marken erlebbar.



Dirk Vonten informiert sich am Point of Sale.

Der enge Kontakt zum Handel und den Verbrauchern vermittelt Dirk Vonten immer neue Erkenntnisse, wie er die Produkte der Dachmarke NIVEA besser präsentieren und damit der Konkurrenz einen Schritt voraus sein kann. Für ihn eine hoch spannende Aufgabe.





DIRK VONTEN · POINT OF SALE MANAGEMENT DEUTSCHLAND

Verbraucher treffen ihre Kaufentscheidungen immer häufiger spontan vor dem Verkaufsregal. Wir reagieren auf diesen Trend mit innovativen Vertriebskonzepten und Strategien, um unsere Marken im Handel optimal zu positionieren. Dirk Vonten kümmert sich mit seinem Team um den Auftritt der Marke NIVEA. Für den Manager eine spannende Aufgabe. Denn die Konzepte entstehen im engen Dialog mit Handel und Verbrauchern.

Strategien zur Markenpräsentation:
Ein kontinuierlicher Optimierungsprozess.

Wir arbeiten ständig daran, die Beiersdorf Marken im Handel attraktiv zu platzieren. Und das mit ganz unterschiedlichen Konzepten: Zum Beispiel mit aufmerksamkeitsstarken Shop-in-Shop-Konzepten oder den so genannten „Blue Wall“-Verkaufsmöbeln rücken wir unsere Kernmarke NIVEA im Handel ins richtige Licht und bringen dem Verbraucher die komplette Bandbreite der Haut- und Schönheitspflegemarke näher. Speziell geschulte Verkaufsmitarbeiter helfen den Verbrauchern mit kompetenter Beratung bei der Auswahl des passenden Produkts. Auch in unseren drei NIVEA Häusern in Hamburg, Berlin und Dubai sprechen wir unsere Verbraucher emotional an und bauen den Dialog mit ihnen aus. Sie bieten Erholungssuchenden spontane Wellness- und Kosmetikanwendungen rund um die NIVEA-Produktfamilie – und machen so unsere Marke erlebbar.

Eucerin und La Prairie:
Beratungskompetenz als Erfolgsbasis.

Neben NIVEA überzeugen wir auch bei unseren globalen Marken Eucerin und La Prairie weltweit durch starke Vertriebskonzepte. So steigert die Dermokosmetik-Marke Eucerin seit 2009 ebenfalls durch ein neues Shop-Konzept die Markenpräsenz in Apotheken deutlich. Dieses Konzept beinhaltet attraktive Regalflächen und einen Beratungscouter, an dem professionelle Hautberatung durchgeführt und zu allen Eucerin-Produkten informiert wird. Damit ermöglichen wir eine größere Nähe zum Verbraucher und stellen Eucerin als eine kosmetische Marke mit medizinischem Anspruch heraus. Auch bei La Prairie unterstreichen spezielle Shop- und Regalkonzepte die Hochwertigkeit unserer selektiven Kosmetikmarke. Der etablierte Verkaufsbereich von La Prairie sorgt für eine ansprechende Produktpräsentation, gibt Raum für intensive Beratungsgespräche und bietet ein elegantes Ambiente für den anspruchsvollen Kunden.



Fokusthemen 2009

Januar 2009

Labello feiert 100. Geburtstag.



Labello schreibt 100 Jahre Erfolgsgeschichte. Grund genug für vielfältige Aktivitäten. Beispielsweise wird zum Geburtstag des weltweit ersten Lippenpflegestifts der klassische blaue Labello als Jubiläumsedition neu aufgelegt.

Februar 2009

Neues Design für NIVEA Body Care.



Mit einem der größten Relaunchs der Unternehmensgeschichte steigert Beiersdorf das moderne Markenimage des starken NIVEA Body Care-Segments deutlich. Das neue Flaschendesign soll Frauen stärker ansprechen und das Image und die Position der Marke kräftigen.

Februar 2009

Europas Verbraucher vertrauen NIVEA.

NIVEA ist die vertrauenswürdigste Hautpflegemarke in Europa – das ist das Ergebnis der jährlich stattfindenden „Most Trusted Brands“-Umfrage des Magazins „Reader's Digest“. Damit belegt die Markenkönigin zum neunten Mal in Folge den Spitzenplatz. Bestnoten gab es unter anderem für das gute Preis-Leistungs-Verhältnis, die ausgezeichnete Qualität und das Markenimage.

April 2009

Drittes NIVEA Haus in Berlin eröffnet.

Nach Hamburg und Dubai eröffnet Beiersdorf das weltweit dritte NIVEA Haus in Berlin. Verbraucher erleben hier die Markenwelt von NIVEA und können entspannte Wellness- und Kosmetikanwendungen genießen.

Juni/Juli 2009

Neues NIVEA-Werk in Shanghai eröffnet.



Beiersdorf baut die Produktionskapazitäten in Asien deutlich aus: Ein neues NIVEA-Werk in Shanghai startet mit einer Kapazität von 15.000 Jahrestonnen und kann auf bis zu 25.000 Jahrestonnen erweitert werden. Aufgrund steigender Nachfrage werden auch die Produktionskapazitäten im NIVEA-Werk in Thailand verdoppelt – auf 31.000 Jahrestonnen.

Juli 2009

Neues Dachmarkenlogo für NIVEA.



Im dritten Quartal startet Beiersdorf damit, das neue NIVEA-Dachmarkenlogo einzuführen. Insgesamt 14 NIVEA-Submarken sollen schrittweise bis 2011 das neue Logo erhalten und damit den Verbrauchern ein einheitlicheres Markenbild vermitteln. Lediglich NIVEA Visage, NIVEA FOR MEN, NIVEA Baby und NIVEA Sun werden zur besseren Abgrenzung ihre Submarkennamen im Logo behalten.

Juli / August 2009

NIVEA startet „Deutschland wird blau“-Aktion.



Mit einer der größten Marketing- und Handelsaktionen Deutschlands überrascht NIVEA die deutschen Verbraucher im Sommer des Geschäftsjahrs: 15 Millionen Haushalte erhalten per Post eine „NIVEA Nr. EINS-Kauftasche“ samt Geschenkcoupon. Damit bedankt sich NIVEA bei den Verbrauchern für ihr entgegengebrachtes Vertrauen.

Juni 2009

James C. Wei neuer Beiersdorf Vorstand.

Beiersdorf setzt Akzente, um das Geschäft in Asien zu stärken. Mit dem Taiwaner James C. Wei hat der Aufsichtsrat zum 1. Juni 2009 einen zusätzlichen Vorstand berufen, der die Verantwortung für den asiatischen Markt (China, Singapur/Malaysia, Thailand, Indonesien, Korea und Indien) und den neu geschaffenen Bereich „Neue Vertriebswege“ übernimmt.

Dezember 2009

NIVEA startet Corporate Citizenship-Kooperation.



NIVEA geht eine internationale Kooperation mit der Kinderhilfsorganisation Plan International ein. Im Fokus der Förderung stehen Projekte, die zur nachhaltigen Verbesserung der Chancengleichheit von Kindern und Jugendlichen aus sozial benachteiligten Familien beitragen.

01

GESCHÄFTSBERICHT 2009

An die Aktionäre



[www.Geschaeftsbericht.Beiersdorf.de/
An_die_Aktionaere](http://www.Geschaeftsbericht.Beiersdorf.de/An_die_Aktionaere)

BDF ●●●●
Beiersdorf



Liebe Aktionäre, liebe Leser,

2009 war ein schwieriges Jahr. Die weltweite Wirtschafts- und Finanzkrise hat die Gesellschaft und die Wirtschaft in vielen Ländern vor große Herausforderungen gestellt. Auch Beiersdorf konnte sich dieser Entwicklung nicht ganz entziehen, hat sich in diesem Marktumfeld aber gut behauptet. Die veränderten Rahmenbedingungen und ein verschärfter Wettbewerb führten allerdings dazu, dass sich die Wachstumsdynamik unseres Unternehmens im Geschäftsjahr 2009 nicht in gewohntem Tempo fortsetzen konnte. Wir erreichten einen Umsatz von 5.748 Mio. € (Vorjahr: 5.971 Mio. €) und lagen damit wechselkursbereinigt und auf vergleichbarer Basis mit einer Entwicklung von -0,7 % nur leicht unter dem Rekordumsatz von 2008. Das EBIT belief sich auf 587 Mio. € (Vorjahr: 696 Mio. € ohne Sondereffekte). Der Jahresüberschuss lag bei 380 Mio. € (Vorjahr: 490 Mio. € ohne Sondereffekte). Vorstand und Aufsichtsrat werden den Aktionären auf der Hauptversammlung eine Dividende von 0,70 € je dividendenberechtigte Stückaktie vorschlagen.

Die beiden Unternehmensbereiche des Beiersdorf Konzerns bekamen die Auswirkungen der Wirtschaftskrise in unterschiedlichem Ausmaß zu spüren. tesa verzeichnete einen Umsatzrückgang von 12,2 % und entwickelte sich damit besser als die stark rückläufige Industriebranche. Der Unternehmensbereich Consumer übertraf mit einem organischen Wachstum von 1,2 % das hohe Umsatzniveau des vergangenen Geschäftsjahres. Dabei war unsere Entwicklung in den weltweiten Consumer-Märkten sehr unterschiedlich. China und Lateinamerika überzeugten mit einem zweistelligen Umsatzwachstum. Osteuropa, die USA und Deutschland wiesen ebenfalls ein Umsatzplus auf. In unserer wichtigen Region Westeuropa blieb die Situation jedoch schwierig und hinter unseren Erwartungen zurück.



Unser generelles Ziel, den Marktanteil von Beiersdorf weiter auszubauen, haben wir auch im Jahr 2009 in vielen Ländern erreicht. Unsere langfristig ausgelegte, zukunftsorientierte Consumer Business Strategie „Passion for Success“ hat den Grundstein dafür gelegt. Mit ihr konzentrieren wir unsere Aktivitäten auf den Markt der Haut- und Schönheitspflege. Hier setzen wir unsere Stärken gezielt ein – unsere konsequente Verbraucherorientierung, unsere starken Marken und unsere herausragende Supply Chain. Diese erfolgreiche Fokussierung ist auch das Thema des Ihnen vorliegenden Geschäftsberichts.

Wir sind davon überzeugt, unsere strategischen Hauptziele im Bereich Consumer auch in Zukunft zu erreichen: Marktanteile gewinnen und die Profitabilität steigern. Mit unseren drei globalen Marken NIVEA, Eucerin und La Prairie gehören wir zu den führenden internationalen Unternehmen für Haut- und Schönheitspflege. Die Fokussierung auf diese starken Marken zeichnet uns aus. Wir werden uns weiterhin auf Regionen mit überdurchschnittlichem Wachstumspotenzial konzentrieren. Die großen Märkte China, Russland und Brasilien sind hier von besonderer Bedeutung. Auch die USA sind als größter Kosmetikmarkt der Welt für uns wichtig. Darüber hinaus legen wir weiterhin besonderes Augenmerk auf die Region Westeuropa.

Der Unternehmensbereich tesa konnte seine Marktstellung in einem schwierigen Marktumfeld ausbauen. Die Auswirkungen der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung waren vor allem im Geschäftsbereich Industrie zu spüren. Hier ließen die Umsätze mit Kunden aus der Automobil- und Elektroindustrie vor allem in der ersten Jahreshälfte 2009 stark nach. Das Endverbrauchergeschäft blieb relativ stabil und entwickelte sich gegenüber dem Vorjahr nur leicht schwächer. Zur Sicherung der strukturellen Ertragskraft hatte tesa bereits im ersten Quartal 2009 Maßnahmen wie Kurzarbeit und Standortschließungen eingeleitet und im Jahresverlauf umgesetzt.

Meine Vorstandskollegen und ich sind davon überzeugt, dass sich Beiersdorf weiterhin weltweit erfolgreich entwickeln wird. Wir sind gut auf die Herausforderungen der Zukunft vorbereitet. Das wirtschaftlich turbulente Jahr 2009 hat uns Ansatzpunkte aufgezeigt, wo wir uns verbessern können und wo wir Prioritäten anpassen müssen. Wir sind solide aufgestellt und verfügen über eine gesunde Finanzstruktur. Wir werden den Markt fortlaufend beobachten und auf Veränderungen schnell mit den geeigneten Maßnahmen reagieren.

Unser besonderer Dank gilt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit, die auch in schwierigen Zeiten mit großem Einsatz gemeinsam den Erfolg von Beiersdorf gestaltet haben. Ihr Engagement, ihre hohe Identifikation mit unserem Unternehmen und ihr Teamgeist sind die tragenden Säulen für unsere positive Entwicklung. Dafür bedanke ich mich im Namen des gesamten Vorstands. Unser Dank gilt aber auch den Handels- und Geschäftspartnern, mit denen wir überaus eng zusammenarbeiten. Den Verbrauchern und den Aktionären danken wir für ihr großes Vertrauen.

Ihr

THOMAS-B. QUAAS
VORSITZENDER DES VORSTANDS



–
Markus
Pinger

Geboren 1963 in Leverkusen (D)
Mitglied des Vorstands seit 2005

Verantwortlich für Supply Chain:

- › Einkauf
- › Produktion
- › Logistik
- › Qualitätsmanagement

–
Peter
Kleinschmidt

Geboren 1950 in Rostock (D)
Mitglied des Vorstands seit 2003

Verantwortlich für Human Resources:

- › Personal
- › Nachhaltigkeit

–
Dr. Bernhard
Düttmann

Geboren 1959 in Düsseldorf (D)
Mitglied des Vorstands seit 2006

Verantwortlich für Finance:

- › Finanzen
- › Controlling
- › Recht
- › IT



—
James C.
Wei

Geboren 1957 in Kao-Hsiung (TW)
Mitglied des Vorstands seit 2009

Verantwortlich für:

- › Neue Vertriebswege

—
Thomas-B.
Quaas

Geboren 1952 in Glauchau (D)
Vorsitzender des Vorstands seit 2005
Mitglied des Vorstands seit 1999

Verantwortlich für:

- › Strategische Unternehmensentwicklung
- › Konzernkommunikation
- › Interne Revision

—
Pieter
Nota

Geboren 1964 in Wageningen (NL)
Mitglied des Vorstands seit 2005

Verantwortlich für Brands:

- › Marketing
- › Forschung und Entwicklung
- › Vertrieb

Beiersdorf Aktie und Investor Relations

Die weltweite Konjunktur kehrte nach der wirtschaftlichen Rezession im ersten Quartal 2009 mit dem zweiten Vierteljahr wieder auf einen vorsichtigen Wachstumskurs zurück. Ab dem dritten Quartal verzeichneten vor allem die asiatischen Volkswirtschaften wieder eine Steigerung ihrer Importe aus anderen Regionen. Die umfangreichen Maßnahmen der Geld- und Finanzpolitik hatten stimulierende Wirkung auf die Konjunktur und stärkten das Vertrauen von Unternehmen und Konsumenten. Der globale Einkaufsmanager-Index lag im vierten Quartal klar über der so genannten Wachstumsschwelle. Dieses Wachstum wurde vor allem von der verarbeitenden Industrie getragen. Auf den Rohstoffmärkten zogen in den letzten Monaten die Ölnotierungen leicht an und lagen gegen Jahresende mit rund 78 US-\$ für einen Barrel der Sorte Brent nahezu doppelt so hoch wie zum Jahresbeginn. Dieser neuerliche Anstieg der Ölpreise bildete eine Gegenbewegung zu einem insgesamt eher deflationären Trend. Die globalen Inflationsraten blieben im Jahresverlauf durchgängig auf niedrigem Niveau und spiegelten damit auch die Unterauslastung der Kapazitäten während der Rezession wider.

An den internationalen Aktienmärkten war seit März 2009 ein allgemeiner Aufwärtstrend zu verzeichnen, dessen steiler Verlauf bis Oktober bei gleichzeitig abnehmender Volatilität viele Beobachter überraschte. Die Kursgewinne in diesem Zeitraum waren auch eine Reaktion des Marktes auf die Veröffentlichung unerwartet positiver gesamtwirtschaftlicher Daten. Im vierten Quartal führte die Sorge um die Stabilität des Finanzsektors wieder zu zeitweisen Kursverlusten; der DAX schloss zum Jahresende knapp unter der wichtigen 6.000er-Marke bei 5.957 Punkten.



Beiersdorf.de/
Aktie

Die Beiersdorf Aktie entwickelte sich im ersten Quartal 2009 parallel zum DAX. Die Unsicherheit des Kapitalmarkts hinsichtlich der weiteren Konjunktorentwicklung resultierte in zahlreichen Veränderungen bei Zielpreisen und Empfehlungen auch für unsere Aktie und führte im Verlauf des ersten Quartals zu einem volatilen Kursverlauf. Im gesamten HPC-Sektor („Household and Personal Care“) schwächte sich das Wachstum erheblich ab. Diese Entwicklung war vom Markt nicht im beobachteten Maß erwartet worden und resultierte in Kursverläufen unterhalb des Gesamtmarktes. Der Verlauf der Beiersdorf Aktie bot Investoren während des zweiten Quartals mit vereinzelt Schlusskursen von unter 30 € gute Gelegenheiten zum Einstieg oder auch Ausbau ihrer Position. Mit dem dritten Quartal 2009 und hier insbesondere ab Anfang September verzeichnete unsere Aktie einen erheblichen Kursanstieg, der im vierten Quartal deutlich stärker als der Gesamtmarkt verlief. Dies war nach Einschätzung von Beobachtern eine Reaktion des Marktes vor allem auf die kontinuierliche Verbesserung von Umsatzwachstum und Margenentwicklung der beiden Geschäftsfelder von Beiersdorf. Gestützt durch diesen positiven Trend stabilisierte sich unsere Aktie im Dezember deutlich über dem Vorjahresniveau und schloss zum Jahresende bei einem Kurs von 45,93 €.



Beiersdorf.de/
IR

Der Schwerpunkt unserer Kommunikation mit dem Kapitalmarkt lag im Jahr 2009 auf der Erläuterung unserer Maßnahmen gegen die Auswirkung der Rezession auf unsere Ertragssituation. Hierüber informierten wir die Analysten auf regelmäßig wiederkehrenden Telefonkonferenzen und Analystentreffen. Die Veranstaltungen stellen eine wichtige Diskussionsplattform mit dem Beiersdorf Management dar. Der Austausch mit Investoren konzentrierte sich auf ausgewählte externe Konferenzen und Roadshows. Bei den großen Investorenkonferenzen in London, Paris und New York führte der Vorstand intensive Gespräche mit den Anlegern und informierte umfassend über die Geschäftsentwicklung des abgelaufenen Geschäftsjahrs.

ENTWICKLUNG DER BEIERSDORF AKTIE IM JAHR 2009

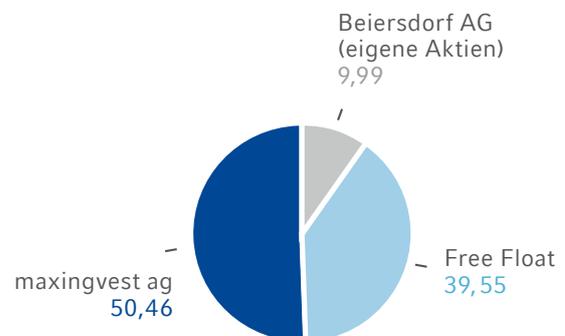
01.01. – 31.12.2009 / RELATIVE VERÄNDERUNG IN %

● BEIERSDORF ● DAX



AKTIEN-STAMMDATEN

Firmenname	Beiersdorf Aktiengesellschaft
WKN	520000
ISIN	DE 0005200000
Börsenplätze	Amtlicher Markt: Frankfurt und Hamburg Freiverkehr: Berlin-Bremen, 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

AKTIONÄRSSTRUKTUR // IN %
STAND 31.12.2009

Seite 1/5



—
Reinhard
Pöllath

VORSITZENDER
DES AUFSICHTSRATS

Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat seine Aufgaben gemäß Gesetz, Satzung, Deutschem Corporate Governance Kodex und Geschäftsordnung wahrgenommen und den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beraten und überwacht. Der Vorstand berichtete uns stets zeitnah und umfassend schriftlich und mündlich über die Geschäftspolitik, die Unternehmensplanung, den Gang der Geschäfte, das Risikomanagement sowie Lage und Aussichten der Gesellschaft. Insbesondere bedeutende Geschäftsvorgänge und Abweichungen der tatsächlichen von der geplanten Entwicklung erörterten und prüften wir eingehend anhand der Berichte des Vorstands im Aufsichtsratsplenum und in den zuständigen Ausschüssen. Zwischen den Aufsichtsratssitzungen unterrichtete der Vorstand den Aufsichtsratsvorsitzenden über alle für die Gesellschaft wesentlichen Themen; dieser berichtete dem Aufsichtsrat. Vor allem die strategische Ausrichtung der Gesellschaft, die Geschäftsentwicklung und das Risikomanagement wurden regelmäßig beraten.

Es fanden fünf turnusmäßige **Aufsichtsratssitzungen** statt. Zudem fassten wir zwei Beschlüsse im schriftlichen Verfahren, die durch Gespräche und Unterlagen vorbereitet wurden. Regelmäßige Beratungsgegenstände in den Aufsichtsratssitzungen waren die aktuelle Geschäftsentwicklung, wichtige geschäftliche Einzelvorgänge und zustimmungspflichtige Maßnahmen des Vorstands. Nach sorgfältiger Prüfung und intensiver Beratung erteilten wir alle erforderlichen Zustimmungen.

Seite 2/5

In der Aufsichtsratssitzung am 19. Februar 2009 beschäftigten wir uns vor allem mit dem Jahres- und Konzernabschluss 2008 und den Beschlussvorschlägen an die Hauptversammlung. Ausführlich prüften wir in dieser Sitzung auch die vom Vorstand ergriffenen Maßnahmen gegen die Auswirkungen der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise auf den Beiersdorf Konzern. Ferner diskutierten wir über Einsparmöglichkeiten im Einkauf und die Erschließung neuer Vertriebswege.

Gegenstand der Sitzung vor der Hauptversammlung am 30. April 2009 war insbesondere die im Hinblick auf die Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise überarbeitete Unternehmensplanung 2009, der wir nach eingehender Prüfung zustimmten. Darüber hinaus nutzten wir die Sitzung zur Erörterung des Zwischenabschlusses des Konzerns zum 31. März 2009 und zur Vorbereitung der Hauptversammlung.

In der konstituierenden Aufsichtsratssitzung unmittelbar nach der Hauptversammlung am 30. April 2009 wählten wir den Aufsichtsratsvorsitzenden, seinen Stellvertreter und den weiteren stellvertretenden Vorsitzenden, ebenso die Mitglieder der Ausschüsse und deren Vorsitzende. Wir diskutierten die Anpassung des Vorstandsvergütungssystems und beschlossen eine leichte Anpassung der Kriterien für die variable Vergütung sowie einen an mittelfristigen Zielvorgaben orientierten Bonus (Mid Term-Bonus) für die Jahre 2009 und 2010. Zudem hatten wir die Gelegenheit, Herrn James C. Wei näher kennenzulernen.

Herrn Wei bestellten wir im Mai im schriftlichen Verfahren zum 1. Juni 2009 als ordentliches Vorstandsmitglied. Funktional übertrugen wir Herrn Wei die Zuständigkeit für „Neue Vertriebswege“ und regional für den Großteil Asiens, insbesondere für China. Ebenfalls im schriftlichen Verfahren im Mai bestellten wir nach Vorerörterung Herrn Dr. Bernhard Düttmann zum 1. Januar 2010 erneut zum ordentlichen Vorstandsmitglied.

Wesentliche Gegenstände der Sitzung am 3. September 2009 waren der Zwischenabschluss des Konzerns zum 30. Juni 2009, die Entwicklung des Geschäfts in Deutschland, Prozess- und Struktur-optimierungen und eine Reduzierung von Fixkosten sowie die geplante Neuausrichtung der Produktion und Logistik in Nordamerika. Wir befassten uns ferner mit den Änderungen durch das Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung sowie den Deutschen Corporate Governance Kodex und passten die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats dem an. Wir aktualisierten gemeinsam mit dem Vorstand die Entsprechenserklärung 2008 zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Darüber hinaus bestellten wir Herrn Thomas-B. Quaas zum 1. April 2010 erneut zum Vorstandsvorsitzenden.

In der Sitzung am 19. November 2009 befassten wir uns mit dem Zwischenabschluss des Konzerns zum 30. September 2009, der Entwicklung des Geschäfts in China, der weiteren strategischen Ausrichtung der Gesellschaft und den Möglichkeiten zur Optimierung von Strukturen und Prozessen und zur Reduzierung von Fixkosten. Zusätzlich stellte uns der Vorstand seine Unternehmensplanung 2010 vor, die wir nach intensiver Diskussion und Prüfung genehmigten. Ebenso beschlossen wir in dieser Sitzung die Entsprechenserklärung zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex für das Geschäftsjahr 2009 und berieten über die Weiterentwicklung des Vergütungssystems für den Vorstand.

Seite 3/5

Vier Ausschüsse des Aufsichtsrats bereiten die Beschlüsse des Aufsichtsratsplenums vor und entscheiden, soweit zulässig, in Einzelfällen an dessen Stelle. Die Ausschussvorsitzenden berichteten in den Aufsichtsratssitzungen regelmäßig und umfassend über die Inhalte und Ergebnisse der Ausschusssitzungen.

Der **Präsidialausschuss** tagte sechs Mal und fasste einen Beschluss im schriftlichen Verfahren. Schwerpunkte der Beratungen waren die Vorbereitung der Sitzungen des Aufsichtsrats, die Unternehmensplanung und die laufende Geschäftsentwicklung sowie die vom Vorstand ergriffenen Maßnahmen gegen die Auswirkungen der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise. Darüber hinaus befasste sich der Ausschuss mit den Vorstandsbestellungen, der Vorstandsvergütung und den Änderungen des Deutschen Corporate Governance Kodex.

Der **Prüfungs- und Finanzausschuss** hielt vier Sitzungen und zwei Telefonkonferenzen ab. Wesentliche Gegenstände der Sitzungen waren die Vorprüfung der Jahresabschlüsse der Beiersdorf AG und des Konzerns, die Erörterung der Zwischenberichte mit dem Vorstand vor deren Veröffentlichung und die Vorbereitung der Vereinbarungen mit dem Abschlussprüfer einschließlich der Überwachung seiner Unabhängigkeit. Der Ausschuss prüfte ferner das konzernweite Risikomanagementsystem und beriet über die Auswirkungen des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes. Er bewertete die Ergebnisse der Internen Revision aus dem Geschäftsjahr 2009 und den Prüfungsplan der Internen Revision für das Geschäftsjahr 2010. Er beriet über Fragen der Compliance einschließlich der Ermittlungen nationaler Kartellbehörden in Europa. Schließlich erörterte der Ausschuss die vom Vorstand durchgeführten Sicherungs- und Überwachungsmaßnahmen gegen die Auswirkungen der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise.

Der **Nominierungsausschuss** bereitete in seiner Sitzung im Januar 2009 die Vorschläge des Aufsichtsrats für die Wahl der Anteilseignervertreter durch die Hauptversammlung vor. Der **Vermittlungsausschuss** gemäß § 27 Abs. 3 MitbestG trat nicht zusammen.

Der **Abschlussprüfer**, die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, prüfte den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss der Beiersdorf AG und den Konzernabschluss nebst den Lageberichten der Beiersdorf AG und des Konzerns. Er versah sie mit uneingeschränkten Bestätigungsvermerken. Dem vom Vorstand aufgrund der Mehrheitsbeteiligung der maxingvest ag, Hamburg, erstellten Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 AktG für das Geschäftsjahr 2009 erteilte der Abschlussprüfer den folgenden uneingeschränkten Bestätigungsvermerk: „Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass 1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind, 2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war und 3. bei den im Bericht aufgeführten Maßnahmen keine Umstände für eine wesentlich andere Beurteilung als die durch den Vorstand sprechen.“ Ein Schwerpunkt der Abschlussprüfung für das Geschäftsjahr 2009 lag auf der Prüfung der Auswirkungen der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise auf den Konzernabschluss.

Seite 4/5

Unmittelbar nach ihrer Aufstellung erhielten alle Aufsichtsratsmitglieder den **Jahresabschluss** der Beiersdorf AG und den **Konzernabschluss**, die Berichte über die Lage der Beiersdorf AG und des Konzerns, den Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen sowie die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers. Gegenstand der Sitzung des Prüfungs- und Finanzausschusses am 24. Februar 2010 war die Vorprüfung der Abschlüsse und Berichte sowie des Vorschlags des Vorstands zur Gewinnverwendung. In unserer Bilanzsitzung am 25. Februar 2010 erörterten und prüften wir Abschlüsse, Berichte und Gewinnverwendungsvorschlag ausführlich. Der Abschlussprüfer berichtete sowohl im Ausschuss als auch im Plenum über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung und stand für Fragen und ergänzende Auskünfte zur Verfügung. Nach dem abschließenden Ergebnis unserer eigenen Prüfung erhoben wir keine Einwendungen gegen die Abschlüsse, die Berichte über die Lage der AG und des Konzerns, den Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen einschließlich der hierin enthaltenen Schlusserklärung des Vorstands sowie die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers. Wir schlossen uns dem Ergebnis der Abschlussprüfung an und billigten die vom Vorstand aufgestellten Abschlüsse der Beiersdorf AG und des Konzerns zum 31. Dezember 2009. Der Jahresabschluss der Beiersdorf AG ist damit festgestellt. Dem Vorschlag des Vorstands zur Gewinnverwendung stimmten wir zu.

Die Amtszeit sämtlicher **Mitglieder des Aufsichtsrats** endete mit Ablauf der ordentlichen Hauptversammlung am 30. April 2009. Von den Anteilseignervertretern schieden die Herren Ammer, Dr. Mahlert und Pfander aus dem Aufsichtsrat aus. Neben den wiedergewählten Anteilseignervertretern (Herren Herz, Dr. Kunisch und Prof. Dr. Pöllath) wählte die Hauptversammlung Frau Prof. Dr. Eberhartinger, Herrn Holzgreve und Herrn Siemsen in den Aufsichtsrat. Von den Arbeitnehmervertretern schieden die Herren Ganschow und Plechinger aus dem Aufsichtsrat aus. Die Mitarbeiter wählten Frau Prof. Rousseau und die Herren Dr. Diembeck, Irtz und Nieber wieder in den Aufsichtsrat sowie neu Frau Bruns und Herrn Schopnie. Der Aufsichtsrat dankt den ausgeschiedenen Mitgliedern für die intensive und vertrauensvolle Zusammenarbeit. Zum Vorsitzenden wählte der Aufsichtsrat den Unterzeichner, zum stellvertretenden Vorsitzenden Herrn Irtz und zum weiteren stellvertretenden Vorsitzenden Herrn Holzgreve.

Neben den erwähnten Sitzungen des Prüfungs- und Finanzausschusses und des Aufsichtsrats am 24. bzw. 25. Februar 2010 fanden in **2010** bislang je eine weitere Sitzung des Aufsichtsrats bzw. des Präsidialausschusses statt. Wesentliche Gegenstände dieser Sitzungen waren die Festlegung der Zielerreichung und der Gesamtbezüge des Vorstands für das Geschäftsjahr 2009, der Ziele für das Geschäftsjahr 2010, die Anpassung des Vorstandsvergütungssystems sowie strategische Themen der Ausrichtung des Unternehmens.

Seite 5/5

Den Aktionären und Kunden der Gesellschaft und insbesondere den Verbrauchern danken wir sehr für ihr Vertrauen. Allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und dem Vorstand danken wir für hervorragende Leistungen. Sie alle haben in einem schwierigen Umfeld ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2009 ermöglicht. Sie haben damit auch die Grundlage dafür gelegt, dass das Unternehmen mit entschiedenen Anstrengungen die Herausforderungen und Chancen der neuen Zeit für sich und alle Beteiligten nutzt.

Hamburg, 25. Februar 2010

Für den Aufsichtsrat



REINHARD PÖLLATH
VORSITZENDER DES AUFSICHTSRATS

02

GESCHÄFTSBERICHT 2009

Konzern- lagebericht



www.Geschaeftsbericht.Beiersdorf.de/
Konzernlagebericht

01 · CONSUMER BUSINESS STRATEGIE



Geschäft und Strategie



Beiersdorf.de
tesa.de

Beiersdorf zählt mit mehr als 150 Tochtergesellschaften und rund 20.350 Mitarbeitern zu den international führenden Markenartikelunternehmen in seinen Branchen. Unser Unternehmen unterteilt sich in zwei Bereiche: Der Unternehmensbereich Consumer konzentriert sich mit starken Marken und umfassender Verbraucherorientierung auf den internationalen Markt der Haut- und Schönheitspflege und bildet den Schwerpunkt unseres Geschäfts. Der Unternehmensbereich tesa erweitert unsere Unternehmensaktivitäten um selbstklebende Produkt- und Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Konsumenten.

Unternehmensbereich Consumer

Der Unternehmensbereich Consumer entwickelt, produziert und vermarktet innovative Haut- und Schönheitspflegeprodukte. Mit unseren vertrauenswürdigen Marken setzen wir in diesem Bereich seit über 125 Jahren Maßstäbe und erfüllen höchste Ansprüche an Qualität und Innovationskraft. Der Erfolg des Unternehmensbereichs Consumer wird dabei maßgeblich durch unsere Kernmarken NIVEA, Eucerin und La Prairie geprägt. Mit diesen drei globalen Marken sind wir in allen wichtigen Segmenten des Haut- und Schönheitspflegemarkts vertreten – dem breiten Verbrauchermarkt, dem Dermokosmetik-Markt und dem Markt für luxuriöse Anti-Aging-Pflege. Zu unserem Portfolio gehören aber auch viele weitere, regional starke Marken wie Labello, 8x4, Hansaplast, Florena und SLEK. Mit diesem breiten Produktangebot nehmen wir in vielen Ländern und Segmenten Spitzenstellungen in den jeweiligen Märkten ein.



Beiersdorf.de/
Strategie



siehe
Grafik 01

Unsere starken Marken sind die Basis für das weltweite Wachstum – deshalb entwickeln wir die Beiersdorf Markenfamilie kontinuierlich weiter und stellen dabei die Wünsche und Bedürfnisse unserer Verbraucher auf der ganzen Welt in den Mittelpunkt. Globale Verbrauchernähe ist für uns gelebte Praxis. Dadurch stärken wir das hohe Vertrauen in und die Sympathie für unsere Marken und bilden die Grundlage für unsere klare Zielsetzung: die kontinuierliche Steigerung des Weltmarktanteils und die weitere Stärkung unserer Ertragslage. Um diese Ansprüche zu erfüllen und zugleich schneller als der Markt zu wachsen, haben wir unsere Consumer Business Strategie „Passion for Success“ formuliert, die wir weltweit konsequent umsetzen. Diese Strategie basiert auf folgenden vier Ecksteinen:

- **Herausragende Marken:** Wir möchten unseren Verbrauchern auf sie zugeschnittene Produkte anbieten, die höchsten Ansprüchen an Qualität und Innovationskraft genügen. Wir stärken unsere Marken nachhaltig und grenzen sie durch eine optimale Präsentation im Handel wie in der Werbung und durch effektiven Einsatz unserer Marketing- und Vertriebsinvestitionen deutlich vom Wettbewerb ab.
- **Herausragende Supply Chain:** Unsere globalen Aktivitäten steuern wir zentral in unserer global vernetzten Consumer Supply Chain, die auf unsere Struktur, Partner und Märkte zugeschnitten ist. Damit sind wir schnell, flexibel und kostengünstig – und wir können unseren Handelspartnern zugleich individuelle Lösungen anbieten.

02 · TESA STRATEGIE



- **Regionale Fokussierung:** Wir pflegen die Nähe zu unseren weltweiten Märkten und setzen klare Prioritäten. Im Fokus unserer Aktivitäten liegen Regionen mit überdurchschnittlichem Wachstumspotenzial. Die großen Märkte China, Russland und Brasilien sind hier von besonderer Bedeutung. Auch die USA sind als größter Kosmetikmarkt der Welt für uns wichtig. Darüber hinaus legen wir weiterhin unser besonderes Augenmerk auf Westeuropa.
- **Herausragende Führungskompetenz in effizienten Strukturen:** Wir fördern und fordern Leistung, Innovation und Optimierung auf allen Unternehmensebenen. Zentrale, effiziente Entscheidungs- und Führungsstrukturen gehören zu unseren Stärken.

Im Sinne dieser vier Eckpfeiler hat der Unternehmensbereich Consumer im Geschäftsjahr 2009 diverse Maßnahmen umgesetzt. Hierzu zählt, dass wir in diesem wirtschaftlich schwierigen Jahr unsere Investitionen in Marketing sowie Forschung und Entwicklung aufrechterhalten und unsere Markenkommunikation entsprechend der lokalen Marktgegebenheiten schnell und flexibel angepasst haben. Mit Hilfe eines speziellen Krisenteams wurden zudem frühzeitig Maßnahmen zur Sicherung unserer Ertragskraft eingeleitet. Unseren Fokus auf China haben wir durch ein neues Vorstandsmitglied gestärkt. James C. Wei verantwortet seit Juni 2009 das Geschäft in China und weiteren asiatischen Ländern.

Die definierte Consumer Business Strategie wird vom Vorstand regelmäßig überprüft und bei veränderten Marktgegebenheiten angepasst und weiterentwickelt.

Unternehmensbereich tesa

Der Unternehmensbereich tesa ist in über 100 Ländern aktiv und als internationale Nummer zwei einer der weltweit führenden Hersteller von selbstklebenden Systemlösungen und Produkten für Industrie, Gewerbe und Konsumenten. Zuverlässige Qualität, hohe Innovationsleistung und die Nutzung überlegener Technologien sind Kernelemente unserer Markenphilosophie und Strategie. Im Vordergrund unseres Handelns stehen die Kunden, für die tesa effektive Problemlösungen entwickelt.

Im Industriesegment, das mehr als drei Viertel des Umsatzes ausmacht, bietet tesa vor allem Systemlösungen für die Elektronik-, Druck-, Papier-, Verpackungs- und die Automobilindustrie. Der strategische Fokus liegt dabei insbesondere auf dem Auf- und Ausbau besonders ertragreicher Geschäftsfelder in technologisch anspruchsvollen Anwendungsbereichen. Unsere Systemlösungen werden von unseren Industriekunden zur Optimierung und Effizienzsteigerung von Produktionsprozessen, als maßgeschneiderte Schutz- und Verpackungssysteme sowie in konstruktiven Bereichen als Befestigungslösungen genutzt. Flexibel anwendbare, innovative Lösungen für den Manipulations- und Fälschungsschutz gehören ebenfalls zum tesa-Angebot. Darüber hinaus wollen wir uns mit unserem neuen Geschäftsfeld Health Markets in einem weiteren, wachstumsstarken Segment etablieren. In diesem Bereich entwickeln und produzieren wir unter anderem neuartige Materialien, mit denen besonders präzise und leicht handhabbare Teststreifen für die „in vitro“-Diagnostik hergestellt werden können. So genannte transdermale therapeutische Systeme, arzneimittelhaltige Pflaster für die Pharmaindustrie, bilden einen weiteren Schwerpunkt.


siehe
Grafik 02

Im industriellen Handelsgeschäft versorgen wir zudem den technischen Handel mit zeitgemäßen Produktsortimenten für professionelle Handwerker und gewerbliche Kunden.

Knapp ein Viertel unseres tesa-Umsatzes entfällt auf innovative Produktlösungen, die für den täglichen Einsatz in Büro, Haus und Garten bestimmt sind. Unter der Dachmarke tesa finden Endverbraucher in Europa und Lateinamerika ein breites Sortiment, das neben Arbeitshilfen für den Einsatz im Büro, wie den Klassiker tesaFilm, auch individuelle Lösungen für die Anwendungsbereiche Wärmeisolation, Malen und Abdecken, Reparieren, Verpacken sowie temporäres und dauerhaftes Befestigen umfasst. Außerdem bietet tesa Lösungen und Systeme für den Insektenschutz im Haushalt.

Das fundierte Wissen über Produktionsprozesse, Marktanforderungen und Industrietrends versetzt uns in die Lage, überlegene, marktgerechte Produktsysteme zu erarbeiten. Die Qualifikation unserer Mitarbeiter und die kontinuierlich verbesserten Geschäftsprozesse machen es möglich, gefundene Lösungen schnell und effizient umzusetzen. Zuverlässige Qualität, hohe Innovationsleistung und die Nutzung zukunftsweisender Technologien sind Kernelemente unserer Markenphilosophie und unseres Erfolgs.

Bei der Steuerung der Geschäftsaktivitäten auf internationaler Ebene konzentriert sich tesa auf folgende Faktoren:

- den Ausbau globaler Strukturen im Industriegeschäft mit dem Ziel, unseren Kunden weltweit homogene Lösungsansätze von gleichbleibend hoher Qualität anbieten zu können,
- den Ausbau internationaler Strukturen im Endverbrauchergeschäft mit besonderem Fokus auf Europa, speziell Osteuropa, um unseren Handelspartnern international effektive und marktgerechte Sortimentslösungen bieten zu können,
- die Absicherung weltweit einheitlicher Qualitätsstandards unter gleichzeitiger Berücksichtigung umweltfreundlicher Technologiebausteine.

Leitung und Kontrolle

Der Vorstand leitet das Unternehmen und ist der Steigerung des nachhaltigen Unternehmenswerts verpflichtet. Die Verantwortungsbereiche der Vorstandsmitglieder – Brands, Finance, Human Resources, Supply Chain und New Ways to Business – folgen der funktionalen Gliederung des Unternehmens. Zusätzlich tragen die Vorstandsmitglieder die Verantwortung für die Entwicklung ihrer Regionen. Dadurch sind sie eng mit dem operativen Geschäft der Beiersdorf Gesellschaften verbunden. Der Vorstandsvorsitzende ist übergreifend für die Unternehmensentwicklung, die Unternehmenskommunikation und die Interne Revision verantwortlich.

Der Unternehmensbereich tesa wird als unabhängiger Teilkonzern geführt.

Über die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Anreiz- und Bonussysteme berichten wir unter „Erklärung zur Unternehmensführung“ im Vergütungsbericht, der auch Bestandteil des Konzernabschlusses ist. Weitere Informationen zur Leitung und Kontrolle, der allgemeinen Führungsstruktur sowie zur Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG sind im Corporate Governance-Bericht im Kapitel „Erklärung zur Unternehmensführung“ aufgeführt.



siehe
Seite 52 ff.

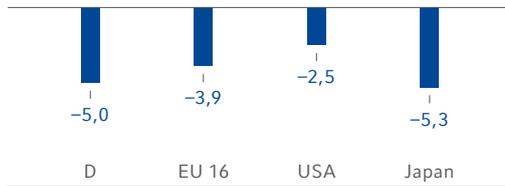
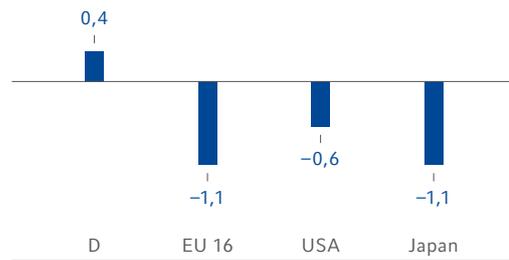
Wertmanagement und Steuerungssystem

Ziel unseres unternehmerischen Handelns ist es, unsere Marktanteile im Sinne eines qualitativen Wachstums nachhaltig zu steigern und gleichzeitig unsere Ertragsbasis auszubauen. Daraus leiten sich unsere langfristigen Hauptsteuerungsgrößen ab.

Wir wollen schneller wachsen als der Markt. Das messen wir über die Wachstumsraten in unseren Regionen, wobei wir für die einzelnen Regionen unterschiedliche Wachstumsziele definiert haben. So soll insbesondere der Unternehmensbereich Consumer in den Zukunftsmärkten China, Russland und Brasilien überdurchschnittlich wachsen. Neben dem Umsatzwachstum und der Erhöhung der Marktanteile wollen wir die Ertragskraft des Konzerns überproportional steigern. Als Messgröße dient uns dabei das betriebliche Ergebnis (EBIT) in Verbindung mit der EBIT-Umsatzrendite (Relation von EBIT zu Umsatz). Durch aktives Kostenmanagement und hohe Effizienz beim Einsatz der Ressourcen wollen wir international wettbewerbsfähige Renditen erwirtschaften. Zusätzlich wollen wir durch die kontinuierliche Optimierung unseres operativen Netto-Vermögens die Kapitalrendite (Relation von EBIT zu operativem Netto-Vermögen) steigern.

Um unsere strategischen Ziele zu erreichen, haben wir ein effizientes Steuerungssystem eingerichtet. Die Unternehmensführung leitet die Vorgaben für die Unternehmensplanung der einzelnen Einheiten im Konzern aus diesen strategischen Zielen für die geschäftliche Entwicklung des kommenden Jahres ab. Diese Planung umfasst sämtliche Bereiche und alle Tochtergesellschaften. Die Planung des Konzerns wird in der Regel im Herbst von Vorstand und Aufsichtsrat verabschiedet. Im laufenden Geschäftsjahr erfolgt ein monatlicher Abgleich der aktuellen Entwicklung der Hauptsteuerungsgrößen mit den erwarteten Werten und der aktuellen Prognose für das Gesamtjahr. Daraus abgeleitet erfolgt eine zielgerichtete Steuerung des Geschäfts. Im Rahmen der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise war es 2009 notwendig, die ursprünglich verabschiedeten Planziele an die geänderte wirtschaftliche Situation anzupassen.

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

03 · BRUTTOINLANDSPRODUKT 2009 // IN %
VERÄNDERUNG ZUM VORJAHR04 · PRIVATER KONSUM // IN %
VERÄNDERUNG ZUM VORJAHR

Wirtschaftliches Umfeld

Allgemeine wirtschaftliche Lage

Die Weltwirtschaft stand 2009 im Zeichen der wirtschaftlichen Krise. Insbesondere zu Beginn des Jahres sahen sich die Märkte einer globalen Rezession gegenüber, der schwersten seit Jahrzehnten. Investitionen wurden zurückgestellt und die Depression hat sich in den meisten Industrieländern in der ersten Jahreshälfte zunächst verschärft. Die umfangreichen Maßnahmen der Geld- und Fiskalpolitik zeigten eine stabilisierende Wirkung in den Märkten und führten unter anderem zu einer zunehmenden Zuversicht bei Verbrauchern und Unternehmen. Für das Gesamtjahr konnte in den Industriestaaten aber ein für viele Länder historischer Rückgang der gesamtwirtschaftlichen Aktivität nicht verhindert werden.

In vielen Volkswirtschaften führte der konjunkturelle Einbruch zu einem starken Anstieg der Arbeitslosigkeit und somit zu einem Verlust von Einkommen. In Regionen, in denen der Immobilienmarkt sich negativ entwickelt hat, wurden die Verbraucher zusätzlich über Vermögensverluste belastet. Staatliche Maßnahmen zur Stabilisierung der Einkommens- und Beschäftigungssituation konnten vielfach den Einbruch des privaten Konsums abschwächen.

Im Laufe des Jahres begannen die Unternehmen, einen Teil der zuvor unterlassenen Investitionen nachzuholen. Das führte bei den westlichen Volkswirtschaften insbesondere in der zweiten Jahreshälfte wieder zu Wachstumsraten, allerdings auf der verringerten Basis des Vorjahrs. Die gesamtwirtschaftliche Kapazitätsauslastung liegt weiterhin deutlich unter dem durchschnittlichen Niveau der Vergangenheit. Die Arbeitsmärkte konnten bislang nicht von der konjunkturellen Entwicklung profitieren.

Die Wirtschaft der kontinentalasiatischen Länder konnte sich schneller erholen. Das Produktionsvolumen liegt bereits wieder über dem Wert vor dem Ausbruch der Rezession. Insbesondere China hat sich mit einem aktuellen Wirtschaftswachstum von knapp 9 % von dem sonst anhaltend schwierigen weltwirtschaftlichen Umfeld abgehoben.

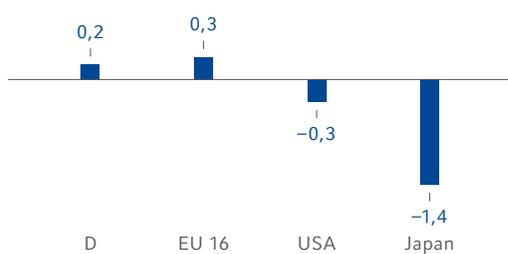
Die robuste Nachfrage aus Asien hat auch zu einer Erhöhung der Rohstoffpreise im Jahresverlauf beigetragen, nachdem insbesondere die Ölpreise im Sog der Krise stark eingebrochen waren.

Die Inflationsraten in den meisten Ländern fielen über die Sommermonate in den negativen Bereich, bevor sie zum Jahresende wieder anstiegen. Die von den Notenbanken angestrebten Zielnormen der Preisstabilität wurden tendenziell unterschritten. Dies eröffnete den großen Notenbanken den Raum für eine sehr expansive Geldpolitik mit effektiver Nullzinspolitik und weiterführenden Maßnahmen zur Liquiditätsbereitstellung.



siehe
Grafik 03
Grafik 04
Grafik 05

05 · INFLATIONSRATE 2009 // IN %
VERÄNDERUNG ZUM VORJAHR



Absatzmarktentwicklung

Der Kosmetikmarkt zeigte 2009 weltweit eine Entwicklung deutlich unter dem langjährigen Trend. Sie war in den Regionen sehr unterschiedlich: Nordamerika zeigte deutliche Rückgänge, während die großen Märkte Westeuropas, bei lokal sehr unterschiedlichen Entwicklungen, in Summe stagnierten. Allein einige Märkte in Asien und Lateinamerika konnten sich schnell von der Krise erholen und wieder auf den Wachstumspfad zurückkehren.

Das globale Wachstum des Klebebandmarkts hat sich 2009 infolge der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise weiter abgeschwächt. Der Gesamtmarkt lag für das Jahr 2009 deutlich unter dem Niveau des Vorjahrs, wobei sich regionale und segmentsbezogene Unterschiede zeigten. Während sich der westeuropäische Raum stark rückläufig entwickelte, zeigten die Märkte in Osteuropa und Lateinamerika einen weniger stark ausgeprägten Rückgang. Die asiatischen Märkte waren im ersten Halbjahr durch einen starken Einbruch gekennzeichnet, konnten aber im Verlauf der zweiten Jahreshälfte überproportional aufholen und hatten einen maßgeblichen Anteil an der Stabilisierung des Gesamtmarkts. Das in den letzten Jahren stark gewachsene Elektronikgeschäft unterlag im Jahr 2009 starken Schwankungen und konnte sich nach einem starken Rückgang zu Beginn des Jahres wieder stabilisieren. Das Marktsegment Automotive war am stärksten von dem weltweiten Nachfragerückgang betroffen.

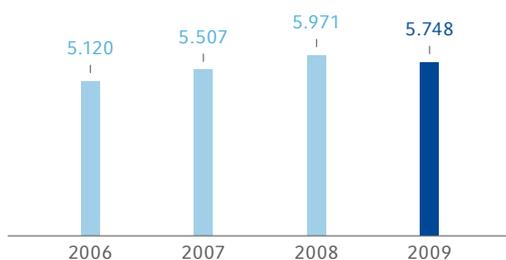
Beschaffungsmarkt

Die Entwicklung in den Beschaffungsmärkten war auch im Jahr 2009 geprägt von einer hohen Volatilität in einzelnen Teilmärkten im Rohmaterialbereich. Der mit Beginn der globalen Wirtschaftskrise eingetretene Rückgang der Rohölpreise hat nur in wenigen Märkten zu einer Entspannung geführt. Insgesamt bleibt die Lage auf den Beschaffungsmärkten angespannt, auch verstärkt durch die im Rahmen des krisenbedingten Nachfragerückgangs erhöhten Lieferantenausfallrisiken. Durch konsequente Anwendung der in den letzten Jahren entwickelten Beschaffungsstrategien und den Aufbau eines systematischen Lieferanten-Riskomanagements konnte Beiersdorf jedoch die Materialkosten insgesamt stabilisieren und Lieferausfälle vermeiden.

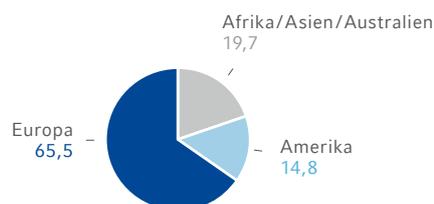
Gesamtaussage zu den Rahmenbedingungen

Beiersdorf konnte im Geschäftsjahr 2009 trotz der schwierigen Bedingungen, die die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise mit sich brachte, seine Position im Markt behaupten und in vielen Ländern Marktanteile hinzugewinnen.

06 · UMSATZ KONZERN // IN MIO. €



07 · UMSATZ KONZERN NACH REGIONEN // IN %



Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

Ertragslage Konzern

08 · GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG // IN MIO. €
01.01. – 31.12.

	2008	2009	Entw. in %
Umsatzerlöse	5.971	5.748	-3,7
Kosten der umgesetzten Leistungen	-1.979	-1.882	-4,9
Brutto-Ergebnis vom Umsatz	3.992	3.866	-3,2
Marketing- und Vertriebskosten	-2.874	-2.766	-3,9
Forschungs- und Entwicklungskosten	-149	-149	0,1
Allgemeine Verwaltungskosten	-292	-283	-3,2
Sonstiges betriebliches Ergebnis	19	-81	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	696	587	-15,6
Sondereffekte aus Divestments	96	-	-
Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	5	-	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	797	587	-26,3
Finanzergebnis	25	-4	-
Ergebnis vor Steuern	822	583	-29,1
Ertragsteuern	-255	-203	-20,3
Jahresüberschuss	567	380	-33,1

Die prozentualen Veränderungen beziehen sich auf Werte in T€.

Umsatz

Der Konzernumsatz lag 2009 organisch, das heißt bereinigt um Wechselkursveränderungen und ohne die Einbeziehung der Vorjahresumsätze unserer Divestments (BODE Gruppe, Futuro-Geschäft), um 0,7 % unter dem Vorjahreswert. Der Unternehmensbereich Consumer zeigte ein organisches Wachstum von 1,2 % gegenüber dem Vorjahr. tesa verzeichnete einen Umsatzrückgang von 12,2 %. Nur um Wechselkurseffekte bereinigt betrug der Umsatzrückgang im Konzern 2,6 %. Zu aktuellen Kursen lag er um 3,7 % unter dem Vorjahr und erreichte 5.748 Mio. € (Vorjahr: 5.971 Mio. €).

In Europa verzeichneten wir eine Umsatzentwicklung von -3,2 % (organisch). Zu aktuellen Kursen lag der Umsatz bei 3.767 Mio. € (Vorjahr: 4.090 Mio. €) und damit um 7,9 % unter dem Vorjahr.

In Amerika wurde die Entwicklung durch das zweistellige organische Wachstum in Lateinamerika geprägt. Der Umsatz in Nordamerika lag leicht unter Vorjahr. Das Wachstum in Amerika insgesamt betrug 6,9 % (organisch). Zu aktuellen Kursen stieg der Umsatz um 2,3 % auf 851 Mio. € (Vorjahr: 832 Mio. €).

Die Umsatzdynamik in der Region Afrika/Asien/Australien zeigte sich abgeschwächt. Mit einem Wachstum von 2,7 % (organisch) entwickelte sich der Umsatz in der Region jedoch noch positiv. Zu aktuellen Kursen erreichten wir ein Wachstum von 7,6 % auf 1.130 Mio. € (Vorjahr: 1.049 Mio. €).

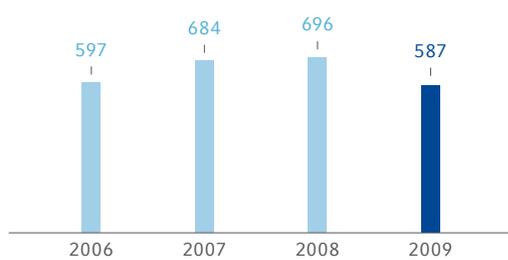


siehe
Grafik 06
Grafik 07



siehe
Tab. 08

09 · EBIT KONZERN // IN MIO. €
OHNE SONDEREFFEKTE



Aufwand/Sonstiges betriebliches Ergebnis

Die Kosten der umgesetzten Leistungen gingen mit $-4,9\%$ deutlich stärker zurück als der Umsatz. Die Investitionen in Marketing- und Vertriebskosten verringerten sich zwar auf 2.766 Mio. € (Vorjahr: 2.874 Mio. €), der Anteil in Relation zum Umsatz konnte aber konstant gehalten werden, um die starke Marktposition abzusichern. Die in dieser Position enthaltenen Aufwendungen für Werbung, Handelsmarketing und ähnliche Positionen lagen bei 1.842 Mio. € (Vorjahr: 1.915 Mio. €). Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung wurden mit 149 Mio. € auf dem hohen Niveau des Vorjahres gehalten. Die allgemeinen Verwaltungskosten wurden auf 283 Mio. € (Vorjahr: 292 Mio. €) verringert. Im sonstigen betrieblichen Ergebnis von -81 Mio. € (Vorjahr: 19 Mio. €) sind die Restrukturierungsmaßnahmen sowie höhere betriebliche Währungsverluste und höhere sonstige betriebliche Aufwendungen enthalten.

Betriebliches Ergebnis (EBIT)

Das EBIT im Konzern lag bei 587 Mio. € (Vorjahr ohne Sondereffekte: 696 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite betrug $10,2\%$ (Vorjahr: $11,7\%$). Das Consumer-EBIT erreichte 558 Mio. € (Vorjahr: 615 Mio. €), die Umsatzrendite lag bei $11,1\%$ (Vorjahr: $12,0\%$). Der Unternehmensbereich tesa erzielte ein EBIT von 29 Mio. € (Vorjahr: 81 Mio. €) und eine Umsatzrendite von $3,9\%$ (Vorjahr: $9,6\%$). Zur EBIT-Sicherung wurden in den Unternehmensbereichen im Jahr 2009 kostenbegrenzende und kostensenkende Maßnahmen eingeleitet.

In Europa erzielten wir ein Ergebnis von 535 Mio. € (Vorjahr ohne Sondereffekte: 632 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite betrug $14,2\%$ (Vorjahr: $15,4\%$). Das Ergebnis in Amerika lag bei 20 Mio. € (Vorjahr: 37 Mio. €). Die Umsatzrendite lag bei $2,4\%$ (Vorjahr: $4,5\%$). In Afrika/Asien/Australien betrug das EBIT 32 Mio. € (Vorjahr: 27 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei $2,8\%$ (Vorjahr: $2,6\%$).

Sondereffekte aus Divestments und der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain

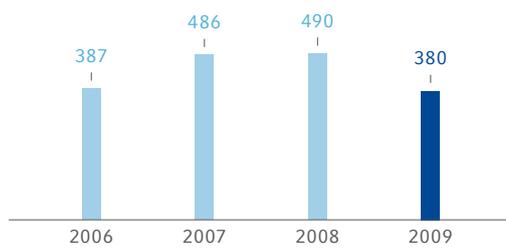
Die Sondereffekte des Vorjahres betrafen den Verkauf des Futuro-Geschäfts und der BODE Gruppe sowie die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain. Die Maßnahmen in 2009 zur Anpassung der Strukturen an die veränderte globale wirtschaftliche Situation wurden im sonstigen betrieblichen Ergebnis abgebildet.


siehe
Grafik 09


siehe
Tab. 08


siehe
Tab. 08

10 · JAHRESÜBERSCHUSS KONZERN // IN MIO. €
 OHNE SONDEREFFEKTE

**Finanzergebnis**

Das Finanzergebnis betrug –4 Mio. € (Vorjahr: 25 Mio. €). Die Entwicklung wurde im Wesentlichen beeinflusst durch das deutlich gesunkene Zinsniveau für die Anlagezinsen.

Ertragsteuern

Der Ertragsteueraufwand lag bei 203 Mio. € (Vorjahr: 255 Mio. €). Die Steuerquote betrug 34,9% (Vorjahr: 31,0%).

Jahresüberschuss

Der Jahresüberschuss betrug 380 Mio. € (Vorjahr ohne Sondereffekte: 490 Mio. €), die Umsatzrendite nach Steuern lag bei 6,6% (Vorjahr ohne Sondereffekte: 8,2%).

Ergebnis je Aktie – Dividende

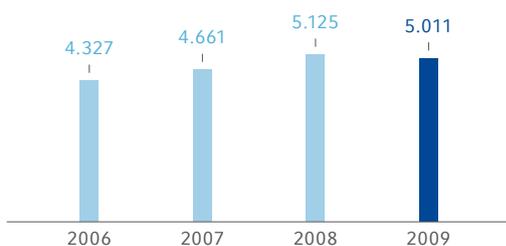
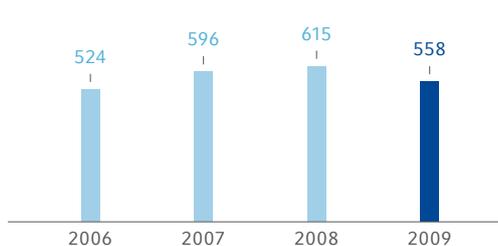
Das Ergebnis je Aktie lag bei 1,65 € (Vorjahr: 2,48 €). Berechnet wurden diese Werte auf Basis der gewichteten Anzahl der dividendenberechtigten Aktien von 226.818.984 Stück.

Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung eine Dividende in Höhe von 0,70 € (Vorjahr: 0,90 €) je dividendenberechtigte Stückaktie vorschlagen.



siehe
Grafik 10

11 · UMSATZ CONSUMER // IN MIO. €

12 · EBIT CONSUMER // IN MIO. €
OHNE SONDEREFFEKTE

Ertragslage Unternehmensbereiche

Consumer

13 · KENNZAHLEN UNTERNEHMENSBEREICH CONSUMER

		Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2009	(in Mio. €)	3.236	770	1.005	5.011
Veränderungen (organisch)*	(in %)	-1,5	9,0	5,0	1,2
Veränderungen (wechselkursbereinigt)	(in %)	-3,6	4,1	4,6	-1,0
Veränderungen (nominal)	(in %)	-6,7	3,7	10,0	-2,2
EBIT 2009	(in Mio. €)	533	14	11	558
EBIT-Umsatzrendite 2009	(in %)	16,5	1,9	1,1	11,1
EBIT 2008**	(in Mio. €)	580	29	6	615
EBIT-Umsatzrendite 2008**	(in %)	16,7	3,9	0,6	12,0

*Ohne die Vorjahresumsätze unserer 2008 getätigten Divestments (BODE Gruppe, Futuro-Geschäft).
**Ohne Sondereffekte aus Divestments und der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain.

Unser Unternehmensbereich Consumer erreichte 2009 ein organisches Umsatzwachstum von 1,2%. Bereinigt um Wechselkursveränderungen verringerte sich der Umsatz leicht um 1,0%. Nominal betrug der Umsatz 5.011 Mio. € und lag damit um 2,2% unter dem Vorjahr (5.125 Mio. €). Das EBIT lag bei 558 Mio. € (Vorjahr ohne Sondereffekte: 615 Mio. €), die entsprechende EBIT-Umsatzrendite betrug 11,1% (Vorjahr: 12,0%).

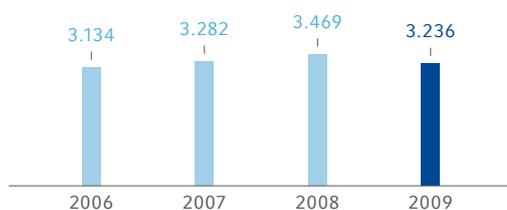
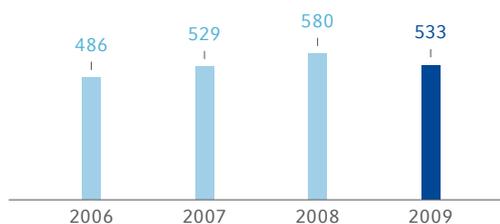
Mit erfolgreichen Innovationen und internationalen Relaunches bestehender, an neueste Forschungserkenntnisse angepasster Produkte konnten wir in einzelnen Kategorien den Auswirkungen der weltweiten Wirtschaftskrise trotzen und gute Wachstumsraten erzielen.

NIVEA wuchs 2009 weltweit organisch um 1,3%. Zum Wachstum trugen vor allem NIVEA Deodorant – insbesondere gestützt durch die erfolgreiche Einführung des Antitranspirants NIVEA FOR MEN Silver Protect –, NIVEA Bath Care sowie NIVEA Hair Styling bei. Die Neueinführungen der NIVEA Shower Creme Oil Duschen und die Expansion von NIVEA Hair Styling in neue Länder starteten sehr gut. NIVEA Body Care hingegen verzeichnete eine rückläufige Entwicklung.


siehe
Grafik 11
Grafik 12


siehe
Tab. 13

14 · UMSATZ CONSUMER IN EUROPA // IN MIO. €

15 · EBIT CONSUMER IN EUROPA // IN MIO. €
OHNE SONDEREFFEKTE

Unsere Marke Eucerin konnte auch in einem schwierigem Umfeld eine sehr gute Wachstumsrate von 6,5 % vorweisen. Wachstumstreiber waren hier insbesondere der Relaunch des Eucerin Sonnenschutz-Sortiments sowie die gute Entwicklung der Eucerin Body Serie in den USA.

Im Bereich der selektiven Kosmetik hatte La Prairie deutlich unter den Auswirkungen der weltweiten Wirtschaftskrise zu leiden und verzeichnete einen Umsatzrückgang von 8,7 %. Gut entwickelten sich die neu eingeführte La Prairie Cellular Cream Platinum Rare sowie die neue La Prairie Swiss Cellular White Serie. Auch der Relaunch von JUVENA verlief nach unseren Erwartungen.

Die Pflastermarken standen insbesondere durch das starke Wachstum von Handelsmarken unter Druck und verzeichneten leichte Umsatzrückgänge. Umsatzsteigerungen konnten in Deutschland und Lateinamerika erreicht werden, während das Geschäft in der Benelux/Frankreich Gruppe und Italien schwächer ausfiel.

Europa

16 · CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG EUROPA

		Deutschland	Westeuropa (ohne Deutschland)	Osteuropa	Gesamt
Umsatz 2009	(in Mio. €)	933	1.736	567	3.236
Veränderungen (organisch)	(in %)	1,2	-3,9	1,7	-1,5
Veränderungen (wechsellkursbereinigt)	(in %)	-5,3	-4,4	1,1	-3,6
Veränderungen (nominal)	(in %)	-5,3	-5,2	-13,1	-6,7



siehe
Grafik 14
Grafik 15
Grafik 26

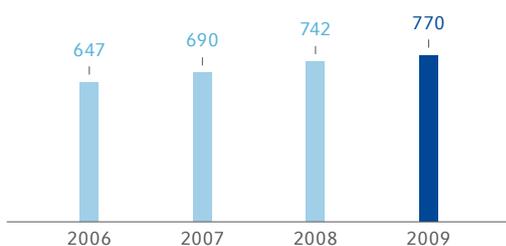
Der Consumer-Umsatz in der Region Europa blieb auf vergleichbarer Basis (organisch) um 1,5 % unter dem Vorjahreswert. Nur bereinigt um Wechselkursveränderungen lag der Umsatzrückgang bei 3,6 %. Zu aktuellen Kursen verringerte sich der Umsatz um 6,7 % auf 3.236 Mio. € (Vorjahr: 3.469 Mio. €). Das Consumer-EBIT betrug 533 Mio. € (Vorjahr ohne Sondereffekte: 580 Mio. €), die entsprechende EBIT-Umsatzrendite lag bei 16,5 % (Vorjahr: 16,7 %).



siehe
Tab. 16

Bereinigt um die Vorjahresumsätze der Ende 2008 verkauften BODE Gruppe und des Futuro-Geschäfts verzeichnete der Unternehmensbereich Consumer in Deutschland einen Umsatzzuwachs von 1,2 %. Wesentliche Umsatzbeiträge leisteten NIVEA Deodorant, NIVEA Shower und NIVEA Hair Care. Sehr erfreulich entwickelte sich auch der Inlandsumsatz von Florena durch die gute Weiterentwicklung des vorangegangenen Relaunchs mit einem Wachstum von 6,4 %.

17 · UMSATZ CONSUMER IN AMERIKA // IN MIO. €

18 · EBIT CONSUMER IN AMERIKA // IN MIO. €
OHNE SONDEREFFEKTE

In Westeuropa (ohne Deutschland) lag der Umsatz mit einer organischen Entwicklung von -3,9 % unter dem des Vorjahrs. Umsatzsteigerungen zeigten die Nordic/Baltic Gruppe und die Schweiz. Umsatzeinbußen waren bei der Benelux/Frankreich Gruppe und der UK/Ireland Gruppe zu verzeichnen. La Prairie war am stärksten von den Abschwächungen des wirtschaftlichen Umfelds betroffen und verzeichnete einen klaren Umsatzrückgang. Positiv entwickelten sich NIVEA Deodorant und NIVEA Shower. Eucerin erreichte eine erfreuliche Wachstumsrate von 5,5 %. Die Umsätze mit NIVEA Visage, NIVEA FOR MEN und NIVEA Body Care waren rückläufig.

In Osteuropa erzielten wir ein Umsatzplus von 1,7 %. In Russland sorgten hauptsächlich NIVEA Deodorant und NIVEA Shower für Wachstumsimpulse. In Polen stiegen insbesondere die Umsätze mit NIVEA Baby und NIVEA Shower. NIVEA Visage und NIVEA Hair Care zeigten in dieser Region einen Umsatzrückgang.

Amerika

19 · CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG AMERIKA

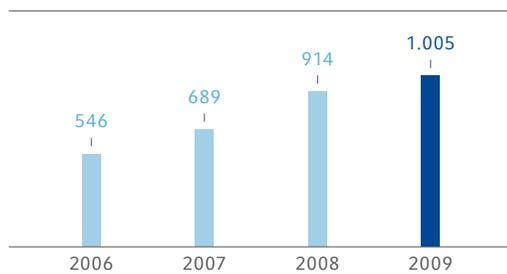
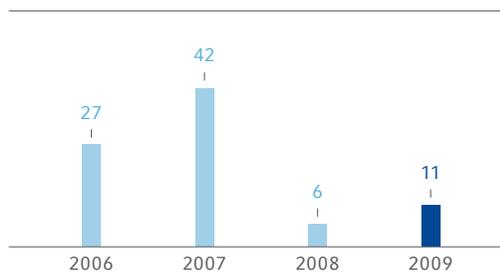
		Nordamerika	Lateinamerika	Gesamt
Umsatz 2009	(in Mio. €)	297	473	770
Veränderungen (organisch)	(in %)	2,5	13,3	9,0
Veränderungen (wechselkursbereinigt)	(in %)	-6,7	11,5	4,1
Veränderungen (nominal)	(in %)	-2,4	7,8	3,7

Unser Umsatz wuchs in der Region Amerika organisch um 9,0 % (Vorjahr: 13,1 %). Nur bereinigt um Wechselkursveränderungen wurde ein Umsatzplus von 4,1 % erreicht. Nominal stieg der Umsatz um 3,7 % auf 770 Mio. € (Vorjahr: 742 Mio. €). Das EBIT war unter anderem belastet durch die Aufwendungen für die Restrukturierung im Produktionsbereich in Nordamerika und lag bei 14 Mio. € (Vorjahr ohne Sondereffekte: 29 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite betrug 1,9 % (Vorjahr: 3,9 %).

Die organische Umsatzentwicklung in Nordamerika lag um 2,5 % über dem Vorjahr. Die Erweiterung des Sortiments von NIVEA Shower und die Umsatzentwicklung von NIVEA Lip Care setzten deutliche Wachstumsimpulse. Damit konnten Umsatzrückgänge bei NIVEA Body Care und NIVEA FOR MEN kompensiert werden. La Prairie hatte weiter unter den erheblichen Auswirkungen der Wirtschaftskrise in den USA zu leiden. Eucerin konnte wiederum erneut ein starkes Wachstum erzielen.

siehe
Grafik 17
Grafik 18
Grafik 26

siehe
Tab. 19

20 · UMSATZ CONSUMER IN
AFRIKA/ASIEN/AUSTRALIEN // IN MIO. €21 · EBIT CONSUMER IN
AFRIKA/ASIEN/AUSTRALIEN // IN MIO. €
OHNE SONDEREFFEKTE

In Lateinamerika wurde ein zweistelliges organisches Wachstum von 13,3 % erreicht. Neben den wichtigen Märkten Mexiko (+7,6 %) und Brasilien (+14,4 %) trugen besonders die Anden Gruppe (+32,0 %) und Argentinien (+16,4 %) zum Wachstum bei. NIVEA Seife, NIVEA Deodorant, NIVEA Sun sowie Eucerin erlangten in dieser Region die höchsten Zuwachsraten.

Afrika/Asien/Australien

22 · CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG AFRIKA/ASIEN/AUSTRALIEN

		Gesamt
Umsatz 2009	(in Mio. €)	1.005
Veränderungen (organisch)	(in %)	5,0
Veränderungen (wechselkursbereinigt)	(in %)	4,6
Veränderungen (nominal)	(in %)	10,0

Die Region Afrika/Asien/Australien erreichte auf vergleichbarer Basis (organisch) ein Umsatzwachstum von 5,0 %. Nur bereinigt um Wechselkursveränderungen ergab sich ein Umsatzplus von 4,6 %. Zu aktuellen Wechselkursen erreichte der Umsatz 1.005 Mio. € und lag damit um 10,0 % über dem Vorjahr (914 Mio. €). Die EBIT-Entwicklung in dieser Region ist weiterhin durch die starken Marketinginvestitionen in das chinesische Haarpflegegeschäft beeinflusst. Das Consumer-EBIT betrug hier 11 Mio. € (Vorjahr: 6 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite lag bei 1,1 % (Vorjahr: 0,6 %).

In dieser Region entwickelten sich unsere chinesischen Haarpflegemarken – insbesondere SLEK –, NIVEA FOR MEN und Eucerin sehr gut. Auch La Prairie zeigte entgegen dem allgemeinen Trend eine positive Entwicklung. Die China Gruppe erreichte mit +12,7 % ein gutes Wachstum, erfolgreich waren hier neben dem Haarpflegegeschäft mit SLEK vor allem NIVEA FOR MEN, NIVEA Visage und NIVEA Body Care. Erfreuliche Wachstumsraten zeigten auch die 2007 gegründeten La Prairie Gesellschaften in Korea (+77,3 %) und China (+31,1 %). Thailand erreichte ein Umsatzwachstum von 7,8 %, dazu trugen im Wesentlichen NIVEA Deodorant, NIVEA FOR MEN und NIVEA Visage bei. Der Umsatz in Japan lag leicht unter dem Vorjahr, Umsatzsteigerungen bei NIVEA Sun und NIVEA Body Care konnten einen leichten Rückgang bei 8x4 nicht ganz ausgleichen.

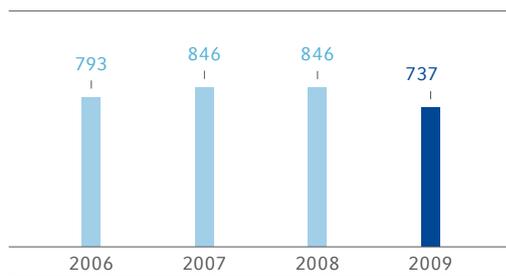


siehe
Grafik 20
Grafik 21
Grafik 26

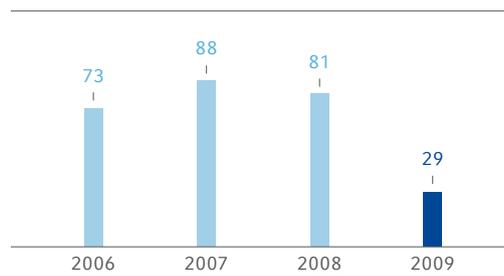


siehe
Tab. 22

23 · UMSATZ TESA // IN MIO. €



24 · EBIT TESA // IN MIO. €



tesa

25 · KENNZAHLEN UNTERNEHMENSBEREICH TESA

		Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2009	(in Mio. €)	531	81	125	737
Veränderungen (organisch)	(in %)	-12,4	-9,7	-12,3	-12,2
Veränderungen (wechselkursbereinigt)	(in %)	-12,4	-9,7	-12,3	-12,2
Veränderungen (nominal)	(in %)	-14,4	-9,3	-8,2	-12,8
EBIT 2009	(in Mio. €)	2	6	21	29
EBIT-Umsatzrendite 2009	(in %)	0,3	7,6	16,9	3,9
EBIT 2008	(in Mio. €)	52	8	21	81
EBIT-Umsatzrendite 2008	(in %)	8,3	9,0	15,8	9,6

Der Umsatz im Unternehmensbereich tesa entwickelte sich krisenbedingt stark rückläufig und lag, bereinigt um Wechselkursveränderungen, um 12,2% unter dem Vorjahr. Zu aktuellen Kursen reduzierte sich der Umsatz um 12,8% auf 737 Mio. € (Vorjahr: 846 Mio. €). tesa verzeichnete Umsatzrückgänge in allen Regionen. In einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld verringerte sich das EBIT unter Einbeziehung der Aufwendungen im Zusammenhang mit den Maßnahmen zur Kapazitätsanpassung auf 29 Mio. € (Vorjahr: 81 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 3,9% (Vorjahr: 9,6%).

Im Industriesegment, das mit 76% zum Umsatz beiträgt, waren sowohl das Direktgeschäft als auch das Handelsgeschäft in allen Regionen von starken Nachfragerückgängen infolge der Wirtschaftskrise gekennzeichnet.

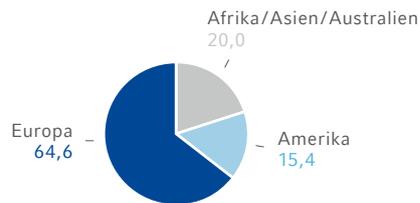
Im Geschäft mit der Elektronikindustrie hat der Unternehmensbereich tesa in wirtschaftlich schwierigem Umfeld seine Marktposition mit zahlreichen neuen Spezialprodukten für die nächste Generation der LCD-Displays gestärkt. Im Fokus liegen unter anderem optisch reine Folien. Sie verhindern jegliche Lichtstreuung und werden bei der Montage von „touch panels“ eingesetzt. Die technisch besonders anspruchsvolle Herstellung erfolgt unter Reinraumbedingungen in einer neuartigen Produktionsanlage, die im Frühjahr 2009 im Werk Hamburg-Hausbruch in Betrieb ging. Eine weitere Innovation sind hitzeaktivierbare Folien, die sich auch bei niedrigen Temperaturen verarbeiten lassen und in Notebooks eingesetzt werden.

Bei den Systemlösungen für die besonders stark von der Wirtschaftskrise betroffene Automobilindustrie hat tesa sich weiter auf Produkte für das dauerhafte, konstruktive Verkleben von Emblemen und Zierleisten auf der Karosserie und im Innenraum von Fahrzeugen konzentriert. Dazu wurde das erfolgreiche Sortiment doppelseitiger Schaumklebebänder erweitert. Die Kunden wurden mit ersten Mustern von Hochleistungsklebebändern beliefert, die auf Basis der ACXplus-Technologie hergestellt wurden. Das neuartige, bei tesa entwickelte Verfahren für die lösemittelfreie Produktion doppelseitiger Klebebänder wird zurzeit im Werk Hamburg-Hausbruch aufgebaut.

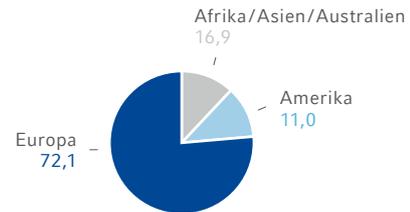

siehe
Grafik 23
Grafik 24
Grafik 27


siehe
Tab. 25

26 · UMSATZ CONSUMER NACH REGIONEN // IN %



27 · UMSATZ TESA NACH REGIONEN // IN %



Das erfolgreiche Sortiment der Softprinte für die Montage von Druckklischees beim Flexodruck wurde um neue Produkte ergänzt, die bei unverändert hoher Druckqualität die Effizienz des Druckprozesses steigern, indem sie den einfachen und schnellen Wechsel der Klischees unterstützen. Ein Beispiel ist Softprint Secure, das zugleich eine besonders hohe Verklebungssicherheit an den Ecken der Druckklischees bietet.

Beim Aufbau des neuen Geschäftsfelds Health Markets lagen Errichtung und Inbetriebnahme der Reinraumbeschichtungsanlage im Werk Hamburg-Hausbruch im Fokus, die im Berichtsjahr abgeschlossen wurden. Die Anlage durchlief erfolgreich die für die Herstellung pharmazeutischer Produkte erforderlichen anspruchsvollen Genehmigungsverfahren. Sowohl die Anlage als auch die ersten darauf hergestellten Produktmuster transdermaler Pflastersysteme und oraler Filme stießen bei potenziellen Kunden aus der Pharmaindustrie auf große Resonanz. Die bei der Tochtergesellschaft Labtec entwickelten Darreichungsformen von Medikamenten erleichtern und optimieren die Aufnahme von Arzneimitteln.

Im Handelsgeschäft wurde die Sortimentskompetenz im Maler- und Lackierbereich durch die Einführung innovativer Produkte für spezielle Einsatzzwecke gestärkt. Beispiele sind ein neues Malerband mit besonders feinem Papierträger zum Abdecken sehr empfindlicher Oberflächen sowie ein Spezialabdeckband für den Einsatz bei der Pulverlackierung. Das Sortiment der Gewebebänder wurde um verschiedene Produkte für mittlere Belastungsstärken erweitert.

Das Geschäft mit privaten Konsumenten entwickelte sich konjunkturbedingt leicht rückläufig, jedoch besser als der Markt. In Deutschland konnte tesa in allen wichtigen Warengruppen auf hohem Niveau Marktanteile hinzugewinnen. In Osteuropa wurde gegen den wirtschaftlichen Trend wechselkursbereinigt ein Wachstum verzeichnet. Stabil zeigte sich das Geschäft insbesondere im Baumarkt- und Heimwerkerbereich. Sehr positiv entwickelte sich erneut das Geschäft mit Moll-Produkten zum Abdichten von Türen und Fenstern. Mit der Einführung eines neuen Systems zur Dachisolierung unterstützen wir den Trend zum Energiesparen. Im Papier-, Büro- und Schreibwarenbereich traf ein neues Sortiment besonders umweltfreundlicher Produkte auf Basis recycelter und biobasierter Rohstoffe unter der Submarke EcoLogo auf große Resonanz. Sehr erfreulich verlief auch die Einführung der Clean Air Druckerfilter. Das System, das den Austritt von Feinstaub aus Laserdruckern verhindert, entstand aus einer Kooperation mit dem Filterhersteller Freudenberg und unterstützt den Trend zu Nachhaltigkeit und einem gesunden Arbeitsumfeld.

28 · FINANZIERUNGSSTRUKTUR // IN %



Vermögenslage Konzern

29 · BILANZ KONZERN // IN MIO. €

Aktiva	31.12.2008	31.12.2009
Langfristige Vermögenswerte	1.176	1.177
Vorräte	634	561
Übrige kurzfristige Vermögenswerte	2.045	2.089
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	613	767
	4.468	4.594
Passiva	31.12.2008	31.12.2009
Eigenkapital	2.460	2.636
Langfristige Rückstellungen	366	359
Langfristige Verbindlichkeiten	242	173
Kurzfristige Rückstellungen	363	391
Kurzfristige Verbindlichkeiten	1.037	1.035
	4.468	4.594

Angepasste Vorjahreswerte.

Die langfristigen Vermögenswerte lagen mit 1.177 Mio. € auf Vorjahresniveau. Von den Investitionen in Höhe von 125 Mio. € entfielen 84 Mio. € auf den Unternehmensbereich Consumer und 41 Mio. € auf tesa. Die Abschreibungen lagen bei 135 Mio. € (Vorjahr: 114 Mio. €). Die Vorräte reduzierten sich auf 561 Mio. €. Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich leicht auf 2.089 Mio. €. Darin enthalten sind Wertpapiere in Höhe von 955 Mio. € (Vorjahr: 897 Mio. €). Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente stiegen auf 767 Mio. €. Die Nettoliquidität (Zahlungsmittel, Zahlungsmitteläquivalente und kurzfristige Wertpapiere minus kurzfristige Finanzverbindlichkeiten) lag bei 1.564 Mio. € (Vorjahr: 1.336 Mio. €).

Der Eigenkapitalanteil erhöhte sich auf 57 % (Vorjahr: 55 %). Der Anteil des langfristigen Fremdkapitals lag bei 12 % (Vorjahr: 13 %), der Anteil des kurzfristigen Fremdkapitals bei 31 % (Vorjahr: 32 %).

Der Rückgang der langfristigen Verbindlichkeiten beruht im Wesentlichen auf der Zahlung der ersten Tranche der Option für den Erwerb der ausstehenden Anteile an C-BONS Hair Care sowie dem Ausweis der zweiten Tranche in den kurzfristigen Verbindlichkeiten.



siehe
Tab. 29



siehe
Grafik 28

Finanzlage Konzern

30 · KAPITALFLUSSRECHNUNG KONZERN // IN MIO. €

	2008	2009
Brutto-Cashflow	520	507
Mittelveränderung Nettoumlaufvermögen	-52	59
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	468	566
Cashflow aus investiver Tätigkeit	-794	-130
Free-Cashflow	-327	436
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-175	-285
Sonstige Veränderungen	-3	3
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-504	154
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	1.117	613
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.12.	613	767



siehe
Tab. 30

Der Brutto-Cashflow betrug im Berichtsjahr 507 Mio. € und lag damit um 13 Mio. € unter dem Wert des Vorjahrs.

Aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens ergab sich ein Mittelzufluss in Höhe von 59 Mio. € (Vorjahr: -52 Mio. €). Ursache hierfür war im Wesentlichen die Verringerung der Vorräte um 73 Mio. €. Der Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit betrug insgesamt 566 Mio. € und lag damit um 98 Mio. € über dem Wert des Vorjahrs.

Der Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit betrug im Berichtsjahr 130 Mio. € (Vorjahr: 795 Mio. €). Den Ausgaben für Investitionen in Höhe von 125 Mio. € sowie für die Nettoauszahlung für Wertpapiere in Höhe von 53 Mio. € standen Einnahmen aus dem Verkauf von Anlagevermögen in Höhe von 12 Mio. € sowie aus Zinsen und sonstigen Finanzeinzahlungen in Höhe von 36 Mio. € gegenüber. Im Vorjahr waren Auszahlungen in Höhe von 897 Mio. € für den Erwerb von Wertpapieren sowie Einzahlungen aus Divestments und dem Verkauf von Anlagevermögen in Höhe von 224 Mio. € enthalten.

Der Free-Cashflow stieg um 763 Mio. € gegenüber dem Vorjahreszeitraum und erreichte 436 Mio. €. Bedingt durch die Auszahlung der Dividende in Höhe von 204 Mio. €, die Rückführung von Finanzverbindlichkeiten um netto 34 Mio. € sowie durch Zins- und sonstige Finanzauszahlungen in Höhe von 47 Mio. € lag der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit mit 285 Mio. € um 110 Mio. € über dem Vorjahresniveau. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erreichten 767 Mio. €.

Finanzierung und Liquiditätsvorsorge

Die Sicherung der Liquidität ist vorrangiges Ziel des Finanzmanagements bei Beiersdorf. Art und Umfang der Transaktionen orientieren sich am operativen und finanziellen Grundgeschäft des Konzerns. Zur Ermittlung des Liquiditätsbedarfs werden Szenariorechnungen und rollierende 12-Monats-Cashflow-Planungen eingesetzt.

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage des Konzerns

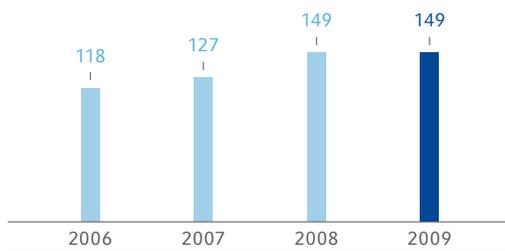
2009 war ein schwieriges Jahr. Die weltweite Wirtschafts- und Finanzkrise hat die Gesellschaft und die Wirtschaft in vielen Ländern vor große Herausforderungen gestellt. Auch Beiersdorf konnte sich dieser Entwicklung nicht entziehen, hat sich in diesem Marktumfeld aber gut behauptet. Die veränderten Rahmenbedingungen und ein verschärfter Wettbewerb führten allerdings dazu, dass sich die Wachstumsdynamik unseres Unternehmens im Geschäftsjahr 2009 nicht in gewohntem Tempo fortsetzen konnte. Über das Gesamtjahr war eine stetige Verbesserung der Entwicklungszahlen festzustellen. Wir erreichten einen Umsatz von 5.748 Mio. € (Vorjahr: 5.971 Mio. €) und lagen damit wechselkursbereinigt und auf vergleichbarer Basis mit einer Entwicklung von –0,7 % nur leicht unter dem Rekordumsatz von 2008. Das EBIT belief sich auf 587 Mio. € (Vorjahr ohne Sondereffekte: 696 Mio. €).

Mit dieser geschäftlichen Entwicklung konnte Beiersdorf seine Jahresprognose in dem schwierigen Umfeld erfüllen und wesentliche Steuerungskennzahlen wie Umsatz und EBIT-Rendite auf hohem Niveau halten. Der Unternehmensbereich Consumer erzielte nach anfänglichen Umsatzeinbußen insgesamt wieder ein Umsatzwachstum von 1,2 %. tesa lag auch im Gesamtjahr unter den guten Vorjahreswerten, konnte jedoch seine Marktposition ausbauen. Kostenbegrenzende und kostensenkende Maßnahmen waren in den Unternehmensbereichen schnell und wirksam implementiert worden. Dabei wurden Investitionen in Marketing sowie Forschung und Entwicklung aufrechterhalten. Die EBIT-Umsatzrendite konnte mit 10,2 % im zweistelligen Bereich gehalten werden. Unsere Fokussierung auf unser Kerngeschäft hat sich gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten als richtig herausgestellt. Wir waren auch in einem wirtschaftlich herausfordernden Umfeld in der Lage, in vielen Ländern Marktanteile hinzuzugewinnen.

Bilanzielle Ermessensentscheidungen

Im Konzernabschluss sind keine Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sowie damit verbundene Wahlrechte angewandt worden, die von den Vorjahren abweichen und bei einer anderen Anwendung einen wesentlichen Einfluss auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage gehabt hätten. Angaben zum Einfluss der Verwendung von Schätzungen, zu den getroffenen Annahmen und Ermessensentscheidungen finden sich im Konzernhang.

31 • **AUFWAND F&E** // IN MIO. €
(F&E = FORSCHUNG & ENTWICKLUNG)



Forschung und Entwicklung

Unsere Forschungskompetenz ist die Basis für den Erfolg unserer Marken im weltweiten Wettbewerb. Mehr als 125 Jahre Erfahrung in den Bereichen Forschung und Entwicklung haben uns zu einem Unternehmen gemacht, das mit seinen Innovationen im Markt für Haut- und Schönheitspflege immer wieder Maßstäbe setzt und sich damit vom Wettbewerb differenziert. Wir entwickeln zukunftsweisende Produkte, die individuell auf die Wünsche der Verbraucher zugeschnitten sind und durch hervorragende Verträglichkeit sowie ausgezeichnete Qualität überzeugen. Auch tesa nimmt mit seiner Innovationskraft im Bereich der modernen, selbstklebenden System- und Produktlösungen international einen Spitzenplatz ein.



siehe
Grafik 31

Im Geschäftsjahr 2009 hat Beiersdorf mit 149 Mio. € das Niveau seiner Investitionen in Forschung und Entwicklung aufrechterhalten. Weltweit arbeiteten 868 Mitarbeiter in diesem Bereich (Vorjahr: 926 Mitarbeiter). Davon 551 (Vorjahr: 588) im Unternehmensbereich Consumer und 317 (Vorjahr: 338) bei tesa.

Consumer

Der wesentliche Teil unserer Forschungs- und Entwicklungsarbeit erfolgt in unserem Hautforschungszentrum in Hamburg. Das Zentrum gehört zu den größten und modernsten seiner Art in Europa und gilt als eines der bedeutendsten der Welt. Es umfasst zudem ein Asien- und ein Lateinamerika-Labor, in denen speziell für die Verbraucher in diesen Regionen individuelle Pflegeprodukte entwickelt werden. Regional gibt es je ein weiteres Entwicklungszentrum in Zürich (Schweiz) und Wuhan (China). Beide Forschungszentren arbeiten eng vernetzt mit den Forschern in Hamburg zusammen, tauschen ihre Ergebnisse regelmäßig aus und stärken so unsere Innovationskraft. Rund 550 Wissenschaftler gehören weltweit zum Forscherteam des Unternehmensbereichs Consumer. Zu ihren Aufgaben zählen, neben der dermatologischen Grundlagenforschung die Entwicklung verbraucherorientierter Produkte sowie das Prüfen von Substanzen und Rezepturen auf ihre Verträglichkeit und Wirksamkeit.

Im Berichtsjahr standen neuartige Haut- und Gesichtspflegekonzepte im Fokus unserer Forschungs- und Entwicklungsarbeit. Enge Kooperationen mit namhaften, internationalen Universitäten und Instituten zielen darauf, externe Ideen und Lösungsvorschläge in die Produktentwicklung einzubeziehen. Bereits seit 2008 kooperieren wir erfolgreich mit zwei großen Rohstofflieferanten. Wissenschaftler von Beiersdorf und diesen beiden Unternehmen arbeiten seitdem im Rahmen der so genannten „Project House“-Initiative gemeinsam an den Technologien für künftige Produktplattformen bei NIVEA Hair Care und NIVEA Visage.

Wir haben die Vorbereitungen getroffen, um 2010 im Rahmen der „Open Innovation“-Initiative mit dem Projekt „Pearlfinder“ zu starten. Über diese Online-Plattform wollen wir kleine und große Unternehmen, Institute und Hochschulen weltweit dazu anregen, ihre wissenschaftlich orientierten Ideen in einem geschützten Bereich zu präsentieren, zu dem nur Beiersdorf Forscher einen Zugang haben. Mit dieser Initiative werden wir unser globales Ideen-Netzwerk weiter ausbauen und bislang ungenutzte Potenziale erschließen.



Beiersdorf.de/
Forschung

Zu den weiteren wesentlichen Erfolgsfaktoren unserer Forschung und Entwicklung gehört die konsequente Produkt- und Verbraucherbefragung. Um unsere Verbraucher noch besser in die Entwicklung zukünftiger Produkte einbeziehen zu können, wurden im Frühjahr 2009 in unserem Forschungszentrum in Hamburg neue, Badezimmer-ähnliche Bereiche eingeweiht. Dort wenden Probanden Entwicklungsprototypen an und werden dabei von den Mitarbeitern aus der Forschung und Entwicklung genauestens beobachtet und anschließend interviewt. Dieses Vorgehen führt zu völlig neuen Einblicken und Erkenntnissen, die die Grundlage für die Produktneu- und -weiterentwicklung bilden.

Im Geschäftsjahr 2009 haben wir 133 Innovationen zum Patent angemeldet. Rund 100 Produktneuentwicklungen haben wir auf den Markt gebracht und damit erneut unsere außerordentliche Innovationskraft unter Beweis gestellt. Zu den besonders hervorzuhebenden Neueinführungen im Berichtsjahr und Anfang 2010 gehören:

- **Eucerin AQUAporin ACTIVE:** Dieses Produkt wurde entwickelt, um die Haut möglichst optimal mit Feuchtigkeit zu versorgen. Die innovative Formel mit naturidentischem Gluco-Glycerol stimuliert das Netzwerk der Aquaporine: Diese natürlichen Kanäle erhöhen den Wasseraustausch durch die Membranen der Hautzellen für eine verbesserte Feuchtigkeitsverteilung.
- **NIVEA Hair Care Volume Sensation:** Die Haarpflege-Serie verleiht jedem Haartyp mehr Fülle. Der Volumeneffekt wird durch die innovative Style-Infusion-Technologie erzielt.
- **NIVEA FOR MEN Silver Protect:** Das antibakterielle Antitranspirant mit Silber-Ionen schützt 24 Stunden lang gegen Geruchsbakterien und verhindert damit effizient Körpergeruch.
- **Eucerin Hyaluron-Filler Serum-Konzentrat:** Das Serum-Konzentrat mit hochkonzentrierter Hyaluronsäure dringt in die tieferen Schichten der Epidermis ein und verstärkt den Falten-auffüllenden Effekt der Anti-Age-Tagespflege von innen heraus.
- **NIVEA Sun Invisible Protect Sprays:** Die neuen Produkte schützen zuverlässig vor UVA- und UVB-Strahlen. Die transparente, nicht fettende Formel zieht schnell ein und hinterlässt keine weißen Rückstände.
- **Eucerin Sonnenschutz:** Ein biologischer Zellschutz schützt die Hautzellen durch seine speziellen Inhaltsstoffe in den tieferen Hautschichten nachweisbar vor sonnenbedingten Schäden.
- **Florena:** Zahlreiche neue Produkte wurden auf den Markt gebracht, die natürliche Wirkstoffe enthalten (z.B. die neue Pflegeserie „Sheabutter & Arganöl“).

Im Entwicklungszentrum der La Prairie Gruppe in Zürich (Schweiz) entstand im Jahr 2009 zudem eine Vielzahl an Produktinnovationen für unsere selektiven Marken La Prairie, JUVENA, Marlies Möller und SBT Skin Biology Therapy. Zu den bedeutendsten Produkteinführungen gehören:

- **La Prairie Cellular Cream Platinum Rare:** Diese neue Gesichtspflege hilft, den natürlichen DNA-Regenerationsmechanismus zu unterstützen, Zellschäden zu verhindern und damit der vorzeitigen Hautalterung vorzubeugen.
- **La Prairie Swiss Cellular White Triple Action Concentrated Essence:** Die hautaufhellende Gesichtspflege behandelt die Pigmentierung der Haut in mehreren Schritten.

- **JUVENA of Switzerland:** Dank der neuen SkinNova SC Technology, einer Symbiose aus SkinNova Technology und einem patentierten Stammzellpeptid, unterstützen alle JUVENA-Gesichtspflegeprodukte die Bildung frischer, neuer Hautzellen.

Ergänzend zu diesen Produktentwicklungen haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr in unserem Züricher Forschungszentrum ein firmenübergreifendes SAP-Projekt umgesetzt. Dieses ermöglicht es uns, alle Aspekte der Formel- und Verpackungsentwicklung sowie Sicherheits-, Qualitäts- und regulatorische Anforderungen bei der Produktentwicklung abzubilden.

Im Bereich der Entwicklung von „in vitro“-Experimenten gehören wir weltweit zu den führenden und besonders anerkannten Unternehmen. Insgesamt haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr rund 5.300 kosmetische Formulierungen auf ihre Verträglichkeit, Wirksamkeit und sensorischen Eigenschaften geprüft. Die Tests erfolgten sowohl in unserem unternehmenseigenen Probandenzentrum in Hamburg (1.100 Studien, 27.000 Probandeneinsätze) als auch bei 45 Testinstituten weltweit (rund 700 Studien, 23.000 Probandeneinsätze). Durch den direkten Austausch mit den Verbrauchern erhalten wir wertvolle Erkenntnisse für unsere Forschungs- und Entwicklungsarbeit und Ideen für neue Produkte.

Zum Ende des Jahres 2009 haben wir unsere weltweiten Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten weiter gebündelt. Das Forschungs- und Entwicklungszentrum von C-BONS Hair Care, unserer chinesischen Tochtergesellschaft mit Fokus auf Haarpflegeprodukte, wurde zwei Jahre nach Übernahme des Unternehmens Teil unseres globalen Forschungs- und Entwicklungsnetzwerks. Das technologische Forschungs- und Entwicklungsportfolio von C-BONS Hair Care ist äußerst kompetitiv, hat hohe Qualitätsstandards und reagiert schnell und flexibel auf die Bedürfnisse chinesischer Verbraucher. Diese Stärken helfen uns beim Ausbau unserer Position auf dem chinesischen Markt.

tesa

Unsere Forschung und Entwicklung fokussierte sich im Berichtsjahr weiterhin darauf, umweltfreundliche, lösungsmittelfreie Klebmassen und Beschichtungsverfahren zu entwickeln und zu verbessern. Wir arbeiteten an innovativen Systemen für die permanente, konstruktive Verklebung, mit denen sich schwere Komponenten dauerhaft, hoch belastbar und sehr witterungsbeständig befestigen lassen. Außerdem reagierte tesa mit neuen Verfahren zur Herstellung von hochpräzisen und äußerst reinen Klebebändern auf die zunehmenden Anforderungen in den Geschäftsfeldern Elektronik und Health Markets.

Von unseren Entwicklungen im Geschäftsjahr 2009 profitieren verschiedene Branchen. So arbeiteten wir für die Elektronikindustrie an Spezialklebebändern für die Elektronik von morgen, die auf organischen, flexibel zu verarbeitenden Komponenten basiert. Die neuen Klebebänder sind mit Hochleistungsklebmassen beschichtet, die diese Elektronik verkapseln und zuverlässig vor Beschädigungen durch Wasserdampf und Luft schützen.

Für die Automobilindustrie entwickelten wir neue Klebmassen und Herstellverfahren für Oberflächenschutzfolien. Diese Folien wurden von uns nicht nur für zukünftige Lacksysteme optimiert, sondern verschaffen den Automobilherstellern durch ihre einfachere Verarbeitung im Produktionsprozess einen zusätzlichen Mehrwert.

Für den Einsatz in der Glasverarbeitung und der wachstumsstarken Solarindustrie entwickelte tesa gemeinsam mit einem Hersteller von Laseranlagen ein leistungsfähiges Verfahren, um Glas permanent zu beschriften. Die Schrift wird mit Hilfe eines Lasers und einer speziell beschichteten Transferfolie auf die Glasoberfläche aufgebracht. Sie ist hochauflösend, lässt sich nicht fälschen oder manipulieren und lässt die Glasoberfläche unbeschädigt.

Im neuen Fokusbereich Health Markets beschäftigen wir uns mit transdermalen Therapiesystemen. Das sind arzneimittelhaltige Pflaster, deren Wirkstoffe durch die Haut aufgenommen und über die Blutbahn direkt zum Wirkungsort im Körper transportiert werden. Weiterhin arbeitet der Bereich an neuen Verfahren zur Herstellung hochpräziser Lamine für Diagnosestreifen, mit denen sich das Blut von Diabetikern einfach und schnell untersuchen lässt. Die hohe Genauigkeit macht es möglich, die Handhabung zu vereinfachen und so den Patienten weniger zu belasten.

Für private Konsumenten entwickelten wir Klebeprodukte auf Basis nachwachsender und recycelter Rohstoffe. Sie entsprechen den zunehmend höheren europäischen Anforderungen an umweltverträgliche Erzeugnisse und Herstellungsprozesse.

Wir werden unsere umfangreichen Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im laufenden Geschäftsjahr konsequent fortsetzen und unser Produktportfolio kontinuierlich ausbauen beziehungsweise optimieren.

Nachhaltigkeit

Nachhaltiges Handeln ist bei Beiersdorf mit einem klaren Bekenntnis verbunden: Wir übernehmen ökologische und soziale Verantwortung für die Generationen von heute und morgen. Außerdem schafft unser Unternehmen durch effizientes Wirtschaften die Grundlage für ein anhaltend erfolgreiches Geschäft. Die strategische Ausrichtung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten verleiht dieser weitreichenden Verantwortung noch mehr Nachdruck. Damit stellen wir sicher, dass Nachhaltigkeit in allen Geschäftsprozessen ein fester Bestandteil ist.

Consumer

Nachhaltigkeit ist für uns die Verknüpfung von ökonomischem Erfolg mit ökologisch verträglichem und sozial ausgewogenem Handeln. Diese drei Bereiche stehen für uns gleichberechtigt nebeneinander. Ein eigener Lenkungsausschuss, das Sustainability Advisory Board (SAB), koordiniert unternehmensweit und bereichsübergreifend sämtliche Aktivitäten in den Bereichen nachhaltiges Wirtschaften, Umwelt- und Arbeitsschutz, unser Engagement in der Gesellschaft sowie den Dialog mit unseren Stakeholdern. Er diskutiert regelmäßig aktuelle Entwicklungen, trifft strategische Entscheidungen, setzt Ziele und stößt notwendige Aktivitäten an.



Beiersdorf.de/
Nachhaltigkeits-
strategie

Ergänzend zu den Nachhaltigkeitsleitlinien haben wir Ende 2008 unsere unternehmensweit verbindliche Nachhaltigkeitsstrategie verabschiedet. Sie stellt sicher, dass Nachhaltigkeit in allen Geschäftsprozessen verankert wird, und basiert auf den vier Eckpfeilern unserer Consumer Business Strategie. Das heißt für die Eckpfeiler

- **Herausragende Marken:**
 - Wir richten die Entwicklung unserer Produkte an den Wünschen der Verbraucher aus.
 - Wir garantieren Sicherheit für die Verbraucher durch den Einsatz sicherer Rohstoffe und durch hohe Produktqualität.
 - Wir entwickeln neue Produkte und deren Verpackung mit Hilfe neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse auch unter dem Aspekt der Wiederverwendbarkeit und Abfallverringerung.
- **Herausragende Supply Chain:**
 - Bei der Herstellung unserer Produkte erfüllen wir alle relevanten Vorschriften.
 - Wir verringern den Ressourceneinsatz durch effiziente Produktion und moderne Gebäudetechnik.
 - Wir investieren in umweltfreundliche Technologien und ergreifen vorbeugende Maßnahmen zum Schutz von Klima, Boden und Wasser.
 - Wir optimieren die Transportwege bis zu unseren Kunden und nutzen Logistik auf dem aktuellen Stand der Technik.
 - Wir sichern und verbessern Qualität durch langfristige Kooperationen mit unseren Partnern.
 - Wir verpflichten unsere Lieferanten auf Nachhaltigkeit.

- **Regionale Fokussierung:**
 - Wir passen unser Produktportfolio gezielt den Bedürfnissen und Wünschen der Verbraucher an.
 - Wir orientieren unsere sozialen Aktivitäten an den lokalen gesellschaftlichen Strukturen und Gebräuchen.

- **Herausragende Führungskompetenz in effizienten Strukturen:**
 - Wir verpflichten alle Mitarbeiter auf ein rechtlich und moralisch einwandfreies Geschäftsverhalten.
 - Wir bilden junge Menschen aus und qualifizieren unsere Mitarbeiter weiter.
 - Wir wählen unsere Führungskräfte anhand weltweit gültiger Führungsleitlinien aus und entwickeln sie mit Hilfe von verbindlichen Kriterien weiter.
 - Wir steuern unser Nachhaltigkeitsmanagement zentral und integrieren weltweit alle Unternehmensbereiche.
 - Wir fördern aktiv gute Nachbarschaft an Beiersdorf Standorten durch gemeinnützige Projekte.
 - Wir überprüfen und steuern Nachhaltigkeit anhand einer transparenten Darstellung unserer Nachhaltigkeitskennzahlen.

Um unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten bestmöglich auszurichten, pflegen wir einen intensiven und kontinuierlichen Dialog mit unseren Interessengruppen. Dazu gehören Mitarbeiter, Verbraucher, Geschäftspartner, Nichtregierungsorganisationen (NGOs), der Kapitalmarkt sowie Vertreter aus Wissenschaft, Politik und Medien. Bei der Berichterstattung über unsere Maßnahmen setzen wir auf größtmögliche Transparenz und veröffentlichen deshalb jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht, der als interaktive Online-Publikation unter www.Beiersdorf.de/Nachhaltigkeit verfügbar ist. Er orientiert sich an dem internationalen Leitfaden der „Global Reporting Initiative“ und stellt sämtliche Aktivitäten von Beiersdorf in den Bereichen Produkte, Umwelt- und Arbeitsschutz, Mitarbeiter, Gesellschaft und Ökonomie detailliert dar. Außerdem informiert er über die erreichten Ziele und geplante Maßnahmen.

Zur Datenerhebung in den Bereichen Umwelt- und Arbeitsschutz sowie gesellschaftliches Engagement haben wir intern ein Datenbank- und Managementsystem etabliert. Es ermöglicht uns neben der Datenerhebung die Vereinheitlichung von Prozessen und Auditierungsprogrammen, das Nachhalten der Zielerreichung, eine transparente Kommunikation und eine Erleichterung der externen Nachhaltigkeitsberichterstattung.



Beiersdorf.de/
Nachhaltigkeit



Nachhaltigkeit.
Beiersdorf.de/
Umweltschutz

Umwelt- und Arbeitsschutz

Unsere Verbraucher erwarten von uns nachhaltiges Handeln. Vor allem unsere Produkte sollen gut verträglich sein – für die Menschen genauso wie für die Umwelt. Diesen Anforderungen werden wir täglich aufs Neue gerecht und erhalten damit das große Vertrauen in unsere Marken. Mit diesem Bewusstsein arbeiten wir konsequent daran, den Ressourcenverbrauch zu verringern und Abfallmengen sowie Entsorgungskosten in der Produktion zu reduzieren. Gleichzeitig organisieren wir einen regelmäßigen globalen Erfahrungsaustausch, um international ein einheitliches Niveau zu sichern.

Im Geschäftsjahr 2009 hat Beiersdorf sein internes ESMAS-Programm (Environmental Protection and Safety Management Audit Scheme) für Umwelt- und Arbeitsschutz-Audits weiter intensiviert. Das Programm ist von der Deutschen Gesellschaft zur Zertifizierung von Managementsystemen (DQS) nach den weltweiten Standards ISO 14001 und OHSAS 18001 validiert. Im Berichtsjahr waren insgesamt 12 Produktionsstandorte des Unternehmensbereichs Consumer nach ESMAS zertifiziert. Unsere Standorte in Indonesien, Mexiko und Thailand wurden 2009 bereits zum dritten Mal und unser Standort im spanischen Tres Cantos zum zweiten Mal auditiert. Das positive Ergebnis lautete jeweils: hohe Standards in der Praxis und ein effizientes Management von Umwelt-, Arbeits- und Gesundheitsschutz. Die hervorragenden Ergebnisse bei unseren Audits unterstreichen, dass wir das ehrgeizige Umwelt- und Arbeitsschutz-Managementsystem erfolgreich in der Praxis leben. Außerdem konnten wir uns bei wichtigen Kennzahlen im Bereich Umweltschutz signifikant verbessern. Auch in Zukunft wollen wir die Umwelt so wenig wie möglich belasten, indem wir den Energieverbrauch noch effizienter gestalten und mit den Ressourcen verantwortungsvoll umgehen.



Nachhaltigkeit.
Beiersdorf.de/
Arbeitsschutz

Unser bewährtes Umwelt- und Arbeitsschutz-Management ist in alle Geschäftsabläufe integriert – von der Produktentwicklung über den Produktionsprozess bis zu schonenden Entsorgungsverfahren. Es entspricht den Prinzipien der internationalen Initiative „Responsible Care“ und ist die Basis dafür, unsere Vision „null Unfälle“ zeitnah Realität werden zu lassen.



Nachhaltigkeit.
Beiersdorf.de/
Gesellschaft

Gesellschaftliches Engagement

Im Rahmen unseres gesellschaftlichen Engagements konzentrieren wir uns konsequent auf die Handlungsfelder Bildung, Familie und Kultur. Um die konzernweiten Aktivitäten zu bündeln, haben wir für jedes Themenfeld ein „Leuchtturmprojekt“ definiert. So können wir unser Engagement gezielter gestalten. Wir haben den Anspruch, dass die Projekte weltweit zusammen mit den Tochtergesellschaften und einer Organisation, die profunde inhaltliche und organisatorische Expertise in dem jeweiligen Projekt besitzt, umgesetzt werden. Zentraler Gedanke unseres gesellschaftlichen Engagements ist es, „Hilfe zur Selbsthilfe“ zu leisten. Im Geschäftsjahr 2009 haben wir diese Strategie weltweit weiter umgesetzt. Es fanden intensive Gespräche mit den Tochtergesellschaften statt, mit dem Ziel, laufende Projekte zu optimieren und sicherzustellen, dass alle Aktivitäten unserer Strategie für gesellschaftliches Engagement entsprechen.

Im Geschäftsjahr 2009 haben wir unser Leuchtturmprojekt im Bereich Familie aufgesetzt. Unter dem Motto „Werte vermitteln“ fördern wir die Chancengleichheit von Kindern und Jugendlichen aus sozial benachteiligten Familien. Zusammen mit dem Partner Plan International, einer der ältesten und weltweit anerkanntesten Kinderhilfsorganisationen, und unserer Marke NIVEA wollen wir jungen Menschen die Grundvoraussetzungen für eine lebenswerte Gegenwart und Zukunft ermöglichen. In diesem Rahmen haben wir bereits mehrere Aktivitäten realisiert: Viele Abteilungen haben Patenschaften für ein „Plan“-Patenkind übernommen. Dies zeigt, dass gesellschaftliche Verantwortung ein fester Bestandteil der Beiersdorf Unternehmenskultur ist. Zudem hatten unsere Mitarbeiter die Möglichkeit, eine so genannte „NIVEA Aktionstüte“ mit NIVEA-Produkten zu erwerben. Den Erlös aus dieser Aktion hat Beiersdorf verdoppelt und die Gesamtsumme einem Projekt im Himalaya, das Kindern im nordindischen Bundesstaat Uttarakhand den Schulbesuch ermöglicht, gespendet. Auch die Teilnehmer des 15. Supply Chain Days in Hamburg stellten sich in den Dienst der guten Sache. Im Anschluss an den fachlichen Teil dieser internen Veranstaltung packten unsere Mitarbeiter 2.000 Rucksäcke für bedürftige Jungen und Mädchen, ebenfalls im indischen Bundesstaat Uttarakhand, mit dringend benötigtem Schulmaterial. Unsere indische Tochtergesellschaft ergänzte NIVEA-Produkte und ermöglichte den Transport der Rucksäcke in das abgelegene Dorf.

Im Bereich Bildung haben wir unser Projekt „Casa NIVEA“ weiter ausgebaut. Die von unserer Tochtergesellschaft Beiersdorf Brasilien finanzierte Initiative hilft sozial benachteiligten Kindern und Jugendlichen seit bald zehn Jahren beim Start in ein eigenverantwortliches Leben. Mit dem „Programa Conexão“ unterstützen wir – gemeinsam mit dem Handelsunternehmen WalMart – die Arbeit der IOCHPE-Stiftung in São Paulo. Sie ermöglicht Teenagern und jungen Erwachsenen zwischen 16 und 30 Jahren professionelle Trainings für den Berufseinstieg. Diese Trainings werden entweder von Freiwilligen einer der beiden Partnerfirmen, Beiersdorf und WalMart, oder eines anderen teilnehmenden Unternehmens durchgeführt. Ziel des Projekts ist es, mindestens 80 % der 400 jungen Teilnehmer zu einem Job zu verhelfen. Zudem sollen 80 % dieser 320 vermittelten Personen ihre Position länger als ein Jahr behalten.

Im Bereich Kultur haben wir das Singprogramm „Canto elementar“ erfolgreich in Hamburg etabliert. Einmal wöchentlich besuchen ehrenamtliche Singpaten Kindergärten und singen zusammen mit Kindern und Erziehern. Der Leitgedanke des Projekts ist, durch gemeinsames Singen einen Beitrag zur Förderung der Sprachentwicklung und der Gemeinschafts- und Empathiefähigkeit von Kindern zu leisten sowie den Dialog zwischen den Generationen zu fördern. Begleitet wurde der zweijährige Prozess durch ausgebildete Musiker und Musikpädagogen, die die Singpaten und Erzieher weiterbilden und vor Ort beraten. Mit der Anschubfinanzierung haben wir das Fundament für die Umsetzung des Konzepts in den ersten 60 Hamburger Kindergärten gelegt.



tesa.de/
Code_of_Conduct

tesa

Auch im Unternehmensbereich tesa gehört es traditionell zu unseren Leitprinzipien, für Mitarbeiter, Gesellschaft und Umwelt Verantwortung zu übernehmen. 2008 haben wir in Anlehnung an die in unserem Unternehmen gelebten Werte sowie die Prinzipien des UN Global Compact den „tesa Code of Conduct“ verabschiedet und unternehmensweit eingeführt. Die Inhalte dieses Verhaltenskodexes sind im Internet unter www.tesa.de/Code_of_Conduct verfügbar und wurden im Berichtsjahr im Rahmen von Führungskräfte trainings weiter vertieft. Unser Anspruch an nachhaltiges Handeln stellt auch die Basis für die Zusammenarbeit mit den Lieferanten dar. Deshalb haben wir im Geschäftsjahr 2008 mit der „tesa Purchasing Charta“ weltweit verbindliche Mindeststandards verabschiedet. Während des Berichtszeitraums unterzeichnete bereits ein großer Teil unserer Hauptlieferanten diese Charta. Neue Lieferanten werden bei tesa mit Hilfe der Kriterien der Purchasing Charta nominiert und qualifiziert. In der Zusammenarbeit geht es vor allem um einen kontinuierlichen Prozess der Weiterentwicklung im Hinblick auf verantwortliches, unternehmerisches Handeln. Dazu gehört es, gemeinsame Ziele festzulegen und Fortschritte zu überprüfen – teilweise durch Betriebsbesichtigungen.

Ökonomie und Ökologie schließen sich bei tesa nicht aus, sie sind gleichrangige Ziele des unternehmerischen Handelns. Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben wir auch 2009 beim Umsetzen unseres zweiten Umweltprogramms Fortschritte gemacht. So gelang es uns vor allem, den Ausstoß flüchtiger organischer Substanzen, den so genannten VOC-Emissionen, seit dem Start des Umweltprogramms im Jahr 2007 um insgesamt 30 % – bezogen auf konstante Produktionsmengen – zu reduzieren. Darüber hinaus wurde der Anteil der in unserer Produktion eingesetzten Lösemittel im selben Zeitraum um 7 % gesenkt.

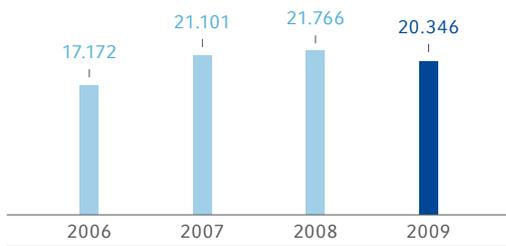
Im Bereich Arbeitsschutz gelang es uns im vergangenen Geschäftsjahr, den positiven Trend der vergangenen Jahre fortzusetzen. Regelmäßige Mitarbeiterschulungen trugen dazu bei, die Zahl von Ausfalltagen durch meldepflichtige Arbeitsunfälle erneut zu senken und die Unfallrate auf einem äußerst niedrigen Niveau zu halten. Dazu trägt auch bei, dass sich tesa weltweit an die Occupational Safety Guidelines hält, die sich am internationalen Standard OHSAS 18001 orientieren.



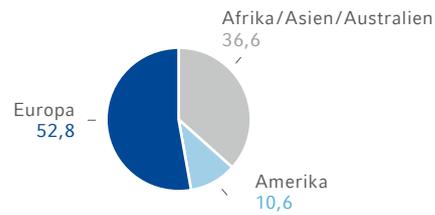
tesa.de/
Verantwortung

Das intensive soziale Engagement der tesa SE und ihrer Tochtergesellschaften spiegelte sich im Berichtszeitraum erneut in zahlreichen Projekten wider, die im Einklang mit der im Jahr 2007 formulierten „tesa Corporate Giving-Policy“ stehen. Mit Spenden, Patenschaften und ehrenamtlicher Mitarbeit setzten wir uns vor allem für benachteiligte Kinder und Jugendliche ein. So unterstützte unser Unternehmen beispielsweise die Initiative „MENTOR – die Leselernhelfer Hamburg e.V.“. Neben der Finanzierung so genannter Mentor-Schüler-Tandems können sich unsere Mitarbeiter selbst als aktive „Leselernhelfer“ beteiligen und werden dazu teilweise von der Arbeit freigestellt. In China engagieren sich Mitarbeiter des tesa-Werks in Suzhou für Kinder aus Wanderarbeiterfamilien an der „Suzhou Sunshine School“. Sie organisieren unter anderem Spendenbasare, gemeinsames Lernen und Freizeitaktivitäten. Unser Unternehmen beteiligt sich durch Stipendien und fördert den Unterricht durch finanzielle Zuschüsse und Sachspenden, wie Computer. Sämtliche Nachhaltigkeitsaktivitäten dokumentieren wir in einem jährlichen Bericht, der seit 2009 auch in elektronischer Form vorliegt. Er ist unter www.tesa.de/Verantwortung abrufbar.

32 · ANZAHL MITARBEITER KONZERN
STAND 31.12.2009



33 · ANZAHL MITARBEITER NACH REGIONEN // IN %
STAND 31.12.2009; INSGESAMT 20.346 MITARBEITER



Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Unsere Mitarbeiter sind die Grundlage für den Erfolg und die Stärke unseres Unternehmens. Wir bieten ihnen den Freiraum und die Herausforderung, unser Geschäft aktiv mitzugestalten. Um die fachliche und persönliche Kompetenz unserer Mitarbeiter zu fördern, bieten wir unterschiedliche Entwicklungsprogramme und Karrierewege – das gilt für den Unternehmensbereich Consumer gleichermaßen wie für den Unternehmensbereich tesa.

Zum Bilanzstichtag beschäftigten wir insgesamt 20.346 Mitarbeiter (Vorjahr: 21.766). Davon arbeiteten 16.648 Mitarbeiter (Vorjahr: 17.865) im Unternehmensbereich Consumer, 3.698 (Vorjahr: 3.901) waren im Unternehmensbereich tesa tätig. Die Zahl der Auszubildenden und Trainees lag weltweit bei 539 (Vorjahr: 528).


siehe
Grafik 32
Grafik 33

Consumer

Unsere Personalarbeit ist darauf ausgerichtet, die Umsetzung der Consumer Business Strategie von Beiersdorf beratend, organisatorisch und prozessorientiert zu unterstützen. Zu ihren Aufgaben gehört es, alle Mitarbeiter individuell zu entwickeln und zu fördern. Potenzielle Führungskräfte sollen gezielt identifiziert, entwickelt und gefördert werden. Ein faires, leistungsorientiertes Vergütungssystem trägt wesentlich dazu bei, das Engagement und die Motivation unserer Mitarbeiter zu gewährleisten.


Beiersdorf.de/
Karriere

Im Geschäftsjahr 2009 haben wir unter dem Namen „HR Roadmap“ einen Aktionsplan entwickelt, der die Projekte und Initiativen benennt, auf die wir uns im Personalbereich in den nächsten Jahren strategisch fokussieren. Dieser Aktionsplan stellt damit sicher, dass sich alle Personalaktivitäten auf die erfolgreiche Umsetzung der Consumer Business Strategie konzentrieren und gleichzeitig flexibel auf sich aktuell verändernde Marktgegebenheiten reagiert werden kann.

Der internationale Aktionsplan ist in sieben strategische Programme aufgeteilt:

1. **Attract and Manage Talent.** Wir erhöhen unsere Attraktivität als Arbeitgeber, um die geeigneten Talente zu finden und an uns zu binden. Diese Mitarbeiter brauchen wir, um unseren Erfolg langfristig zu sichern. Zu den erfolgreichen Maßnahmen in diesem Bereich gehört unser weltweites „Employer Branding“-Programm, mit dem wir durch unterschiedliche Aktivitäten vielversprechende Kandidaten auf dem Arbeitsmarkt ansprechen und qualifizierte Mitarbeiter innerhalb des Unternehmens binden. Hierzu zählen gezielte Aktionen an ausgewählten Universitäten und unser Studenten-Partnerprogramm „CLOSE2B“. Im Geschäftsjahr 2009 startete das „Employer Branding“ in den 16 wichtigsten Gesellschaften, darunter China, Russland und Brasilien. Die Aktivitäten und Konzepte im Rahmen des „Employer Branding“ werden kontinuierlich erweitert und optimiert.
2. **Expand Leadership and Functional Development.** Wir wollen unser Geschäft und unsere Mitarbeiter strategisch weiterentwickeln. Dies umfasst sowohl den Ausbau der fachlichen Entwicklungsmöglichkeiten als auch der Führungsausbildung. „Leading for Success“ ist ein Schwerpunkt des Programms, um den Beiersdorf Ansatz zur Führungskräfteentwicklung zu verbessern und weiter auszubauen. Dazu gehört es, unter anderem klare Karrierewege und Entwicklungs-

möglichkeiten für alle Mitarbeiter zu definieren und damit Mitarbeiter zu motivieren sowie den benötigten Führungskräftenachwuchs sicherzustellen. Mit unserem Programm „Next Level“ geben wir dem engagierten Nachwuchs die Chance, seine Karriere bei Beiersdorf eigenverantwortlich zu gestalten und mögliche Aufstiegswege und -ziele kennenzulernen. Das bereits im Jahr 2008 eingeführte Konzept ist ein wichtiger Baustein, um talentierte Nachwuchskräfte an uns zu binden. Bis zum Jahr 2011 soll das Programm auf alle Beiersdorf Tochtergesellschaften ausgeweitet werden.

3. **Foster Performance Orientation.** Dieses strategische Programm zielt darauf ab, die Leistungsorientierung zu erhöhen und gute Leistungen angemessen zu vergüten. Um dies zu erreichen, bewerten wir zum Beispiel Funktionen, erfassen die Gesamtvergütung und erarbeiten eine Richtlinie für das Leistungsmanagement.
4. **Manage Change and Organizational Development.** Beiersdorf befindet sich derzeit in einer Veränderungsphase. Der Personalbereich unterstützt diesen Prozess durch praxisorientierte Hilfen, wie zum Beispiel in einem Organisationsprojekt, mit dem wir einen einheitlichen Organisationsstandard für die europäischen Tochtergesellschaften schaffen.
5. **Transforming HR into a Strategic Partner.** Nach unserer Überzeugung muss Personalarbeit Spitzenleistungen erbringen. Dazu ist es erforderlich, dass die Mitarbeiter der Personalabteilung den jeweiligen Bereich, den sie betreuen, kennen und verstehen. Wir haben deshalb so genannte „Business Partner“ eingeführt, die allen Tochtergesellschaften und Funktionen als spezielle Ansprechpartner für ihre Personalangelegenheiten zur Seite stehen.
6. **Advance Beiersdorf Culture.** Im Rahmen dieses strategischen Programms geht es darum, das Besondere unserer Unternehmenskultur herauszuarbeiten und zu definieren, wie diese weiterentwickelt werden soll.
7. **Maintain Good Labor Relations.** Ein gutes Verhältnis zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer ist eine der wesentlichen Voraussetzungen für dauerhaften Unternehmenserfolg. Dazu gilt es, gegenseitiges Verständnis zu schaffen und die vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Geschäftsleitung und Betriebsrat zu fördern. Einige unserer Projekte sind deshalb darauf ausgerichtet, die Arbeitsbeziehungen europaweit aufeinander abzustimmen und eine nachhaltige Personalpolitik für Deutschland weiterzuentwickeln.

Die ersten Erfahrungen zeigen, dass wir mit dem Aktionsplan auf dem richtigen Weg sind, die Personalarbeit an die sich ändernden Rahmenbedingungen anzupassen – zum Wohle der Mitarbeiter und des Unternehmens. Denn uns ist beides wichtig: der Erfolg und die Menschen.

tesa

Im Berichtsjahr war der Personalbereich von tesa vor allem mit der Umsetzung von Maßnahmen befasst, die die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf das Unternehmen begrenzen sollten. Unsere Kapazitäten mussten in allen Regionen an die verminderte Auslastung und den erheblichen Umsatzrückgang angepasst werden. In Deutschland, Italien und der Schweiz führten wir im Unternehmensbereich tesa deshalb Kurzarbeit ein. Je nach Gesetzeslage konnten wir auch in anderen Ländern, in denen dieses oder ein vergleichbares Instrument nicht zur Verfügung steht, mit unbezahltem Urlaub, Gehaltsverzicht oder Ruhestandsregelungen die notwendigen Anpassungen sozialverträglich vornehmen. Darüber hinaus kamen wir leider nicht umhin, in vielen Ländern Arbeitsplätze in einem vertretbaren Maß abzubauen. Die Mitarbeiterzahl sank daher unternehmensweit auf 3.698 (Vorjahr: 3.901 Mitarbeiter).

Um den Einstieg in das neue, attraktive Geschäftsfeld Health Markets nachhaltig voranzutreiben, haben wir die Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen an unseren neuen Produktionsanlagen im Werk Hamburg Hausbruch verstärkt. Dabei wurden vor allem die Mitarbeiter aus dem Bereich der neuen Reinraumtechnologie auf die Produktion unter so genannten „Good Manufacturing Practice (GMP)“- Bedingungen („Gute Herstellungspraktik“) vorbereitet. Diese Richtlinien definieren die Qualitätssicherung der Abläufe in der Produktion von Arzneimitteln, Wirkstoffen und Medizinprodukten.

Trotz der schwierigen gesamtwirtschaftlichen Lage haben wir das 2008 auf alle Regionen ausgeweitete Qualifizierungsprogramm für Vertriebsmitarbeiter im Geschäftsjahr 2009 intensiviert. 570 Mitarbeiter nahmen an 32 mehrtägigen Trainings teil, zu denen sowohl die technische Ausbildung als auch die Weiterqualifizierung in allen Vertriebsprozessen gehörten. Das Projektteam bereitet sich darauf vor, das Programm nach Ende der Krise auf andere Unternehmensbereiche auszuweiten und damit die tägliche Vertriebsarbeit noch stärker zu unterstützen. Ferner konzipierte der Personalbereich Schulungsprogramme, die Markteinführungen neuer Produkte im Jahr 2010 begleiten und erleichtern sollen.

Erklärung zur Unternehmensführung

A. Corporate Governance-Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat (einschließlich Erklärung gemäß § 161 des Aktiengesetzes (AktG) und Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie der Zusammensetzung und Arbeitsweise von deren Ausschüssen)

Beiersdorf begrüßt den zuletzt im Juni 2009 aktualisierten Deutschen Corporate Governance Kodex. Dieser schafft Transparenz für die rechtlichen Rahmenbedingungen von Unternehmensleitung und -kontrolle in Deutschland und etabliert darüber hinaus allgemein anerkannte Standards für gute und verantwortungsbewusste Unternehmensführung.



Beiersdorf.de/
Corporate_
Governance

Gute Corporate Governance hat für Beiersdorf seit jeher eine hohe Bedeutung. Erfolgsgrundlage sind eine enge und effiziente Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat, die Achtung der Aktionärsinteressen, eine offene Unternehmenskommunikation, die ordnungsgemäße Rechnungslegung und Abschlussprüfung sowie ein verantwortungsbewusster Umgang mit Risiken. Daher wurden durch den Kodex und seine Anpassungen keine grundlegenden Änderungen bei Beiersdorf erforderlich. Wir verstehen Corporate Governance als einen fortlaufenden Prozess und werden auch zukünftige Entwicklungen weiterhin aufmerksam verfolgen.

I. Entsprechenserklärung

Im September haben Vorstand und Aufsichtsrat die Entsprechenserklärung für das Geschäftsjahr 2008 aktualisiert und Ende Dezember 2009 ihre Entsprechenserklärung für das Geschäftsjahr 2009 zu den Empfehlungen des Kodex gemäß § 161 AktG abgegeben. Die Beiersdorf AG erfüllt mit einer Ausnahme alle Empfehlungen sowie viele Anregungen des Kodex.



Beiersdorf.de/
Entsprechens-
erklärung

Die nachfolgende Erklärung wurde den Aktionären auf der Internetseite der Gesellschaft unter www.Beiersdorf.de/Entsprechenserklaerung dauerhaft 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 2009 und entspricht sämtlichen Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in ihrer jeweils geltenden Fassung vom 18. Juni 2009 bzw. 6. Juni 2008 mit folgender Ausnahme:

Gemäß Ziffer 4.2.3 Abs. 4 soll beim Abschluss von Vorstandsverträgen darauf geachtet werden, dass Zahlungen an ein Vorstandsmitglied bei vorzeitiger Beendigung der Vorstandstätigkeit ohne wichtigen Grund einschließlich Nebenleistungen den Wert von zwei Jahresvergütungen nicht überschreiten (Abfindungs-Cap) und nicht mehr als die Restlaufzeit des Anstellungsvertrags vergüten. Dieser Empfehlung wird nicht in allen Fällen entsprochen, da die Gesellschaft derzeit ihr Vorstandsvergütungssystem mit Wirkung spätestens zum 1. Januar 2011 überarbeitet.

Hamburg, im Dezember 2009

Für den Aufsichtsrat

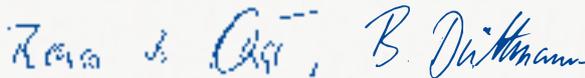
—



PROF. DR. REINHARD PÖLLATH
VORSITZENDER
DES AUFSICHTSRATS

Für den Vorstand

—



THOMAS-B. QUAAAS
VORSITZENDER
DES VORSTANDS

DR. BERNHARD DÜTTMANN
MITGLIED
DES VORSTANDS

II. Allgemeines zur Führungsstruktur

Als international tätige Aktiengesellschaft mit Sitz in Hamburg, Deutschland, unterliegt die Beiersdorf AG den Vorschriften des deutschen Aktien-, Kapitalmarkt- und Mitbestimmungsrechts sowie den Bestimmungen der eigenen Satzung. Mit den beiden Organen Vorstand und Aufsichtsrat hat Beiersdorf – wie alle deutschen Aktiengesellschaften – eine dualistische Leitungs- und Überwachungsstruktur. Die Hauptversammlung als Organ der Willensbildung der Aktionäre ist für grundlegende Entscheidungen des Unternehmens zuständig. Gemeinsam sind diese drei Organe gleichermaßen den Interessen der Aktionäre und dem Wohl des Unternehmens verpflichtet.

1. Der Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat der Beiersdorf AG besteht aus zwölf Mitgliedern; sechs werden durch die Hauptversammlung nach den Vorschriften des Aktiengesetzes und sechs durch die Arbeitnehmer nach den Vorschriften des Mitbestimmungsgesetzes für jeweils fünf Jahre gewählt. Die Amtszeit des derzeitigen Aufsichtsrats endet mit Ablauf der Hauptversammlung, die über die Entlastung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2013 beschließt.

Der Aufsichtsrat berät den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens und überwacht dessen Geschäftsführung in dem von Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung gesetzten Rahmen. Er arbeitet mit dem Vorstand zum Wohle der Gesellschaft eng zusammen und ist in Entscheidungen von grundlegender Bedeutung eingebunden.

Er trifft seine Entscheidungen in regelmäßigen Sitzungen sowie in Einzelfällen außerhalb von Sitzungen auf der Basis ausführlicher Unterlagen. Der Vorsitzende des Vorstands unterrichtet den Vorsitzenden des Aufsichtsrats regelmäßig und zeitnah über wichtige Geschäftsvorfälle und stimmt mit diesem wesentliche Entscheidungen ab.

Aufsichtsratsmitglieder legen möglicherweise auftretende Interessenkonflikte aufgrund von Beratungstätigkeit oder Organfunktionen bei anderen Unternehmen dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offen; wesentliche, nicht nur vorübergehende Interessenkonflikte führen zur Beendigung des Mandats. Der Aufsichtsrat informiert in seinem Bericht an die Hauptversammlung über aufgetretene Interessenkonflikte und deren Behandlung. Die von der Gesellschaft für die Mitglieder des Aufsichtsrats abgeschlossene D&O-Versicherung enthält einen Selbstbehalt, der den gesetzlichen Anforderungen an einen Selbstbehalt für Vorstandsmitglieder entspricht. Dieser Selbstbehalt beträgt 10 % des Schadens bis zur Höhe des Eineinhalbfachen der festen jährlichen Vergütung des jeweiligen Aufsichtsratsmitglieds.

Aufsichtsratsmitglieder sollen nicht älter als 72 Jahre sein.

Die Arbeit des Aufsichtsrats findet innerhalb und außerhalb des Plenums sowie in den Ausschüssen statt. Der Aufsichtsrat hat aus seiner Mitte folgende vier Ausschüsse gebildet:

Der **Präsidialausschuss** bereitet die Aufsichtsratssitzungen und die Personalentscheidungen des Aufsichtsrats vor, beschließt – vorbehaltlich der Beschlussfassung des Aufsichtsratsplenums über die Festsetzung der Gesamtvergütung – anstelle des Aufsichtsrats über Anstellungs- und Pensionsverträge von Vorstandsmitgliedern sowie weitere Vorstandsangelegenheiten und überprüft regelmäßig die Effizienz der Tätigkeit des Aufsichtsrats. Außerdem berät er regelmäßig über die langfristige Nachfolgeplanung für den Vorstand. Schließlich hat der Präsidialausschuss eine Eilentscheidungskompetenz für zustimmungsbedürftige Geschäfte, soweit ein Beschluss des Aufsichtsrats nicht rechtzeitig gefasst werden kann.

Der **Prüfungs- und Finanzausschuss** bereitet die Entscheidungen des Aufsichtsrats über die Billigung des Jahres- und Konzernabschlusses, den Vorschlag an die Hauptversammlung zur Wahl des Abschlussprüfers sowie die Vereinbarung mit dem Abschlussprüfer vor, überprüft dessen Unabhängigkeit und stimmt der Erbringung von Nicht-Prüfungsleistungen zu. Ferner berät und überwacht er den Vorstand im Hinblick auf Fragen der Rechnungslegung, des Controllings, des Risikomanagements und der Compliance sowie der Internen Revision. Außerdem überwacht der Prüfungs- und Finanzausschuss die Unternehmenspolitik in den Bereichen Finanzen, Steuern und Versicherungen. Er entscheidet anstelle des Aufsichtsrats über Kreditaufnahmen und -gewährungen, Haftungen für fremde Verbindlichkeiten und Finanzanlagegeschäfte. Schließlich berät der Prüfungs- und Finanzausschuss die Zwischenberichte vor deren Erscheinen mit dem Vorstand.

Der nach den Vorschriften des Mitbestimmungsgesetzes gebildete **Vermittlungsausschuss** unterbreitet dem Aufsichtsrat Vorschläge zur Bestellung von Vorstandsmitgliedern, falls im ersten Wahlgang nicht die erforderliche Zweidrittelmehrheit erreicht worden sein sollte.

In Übereinstimmung mit Ziff. 5.3.3 des Deutschen Corporate Governance Kodex wurde außerdem ein **Nominierungsausschuss** gebildet, der mit Vertretern der Anteilseigner besetzt ist und dem Aufsichtsrat für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung geeignete Kandidaten vorschlägt.

Die Zusammensetzung von Vorstand, Aufsichtsrat und den Ausschüssen des Aufsichtsrats sind auf unserer Internetseite unter www.Beiersdorf.de/Organe sowie auf Seite 121f. dieses Geschäftsberichts zu finden.

Der Aufsichtsrat evaluiert seine Arbeit in regelmäßigen Abständen in einem standardisierten Verfahren. Die Ergebnisse der Selbstevaluierung werden im Plenum diskutiert und eventuelle Verbesserungsmaßnahmen beschlossen. Im Rahmen der letzten Evaluierung sind die Mitglieder des Aufsichtsrats zu dem Ergebnis gekommen, dass der Aufsichtsrat aus ihrer Sicht effizient arbeitet. Einzelne Maßnahmen zur weiteren Optimierung der Aufsichtsratsaktivität wurden beschlossen und umgesetzt.



siehe
Seite 121f.



Beiersdorf.de/Organe

2. Der Vorstand

Der Vorstand leitet die Gesellschaft und führt deren Geschäfte. Er ist an das Unternehmensinteresse gebunden und der Steigerung des nachhaltigen Unternehmenswerts verpflichtet. Die Mitglieder des Vorstands werden vom Aufsichtsrat bestellt. Der Vorstand der Gesellschaft besteht aus sechs Mitgliedern. Die Vorstandsaufgaben sind nach funktionalen und regionalen Gesichtspunkten verteilt. Wichtige Entscheidungen werden in den regelmäßig stattfindenden Sitzungen des Vorstands getroffen.

Der Vorstand entwickelt die strategische Ausrichtung des Unternehmens, stimmt sie mit dem Aufsichtsrat ab und sorgt für ihre Umsetzung. Er ist verantwortlich für die Jahres- und Mehrjahresplanung der Gesellschaft sowie für die Aufstellung der Quartals-, Jahres- und Konzernabschlüsse. Er trägt ferner Sorge für ein angemessenes Risikomanagement und Risikocontrolling sowie eine regelmäßige, zeitnahe und umfassende Berichterstattung an den Aufsichtsrat. Bestimmte Maßnahmen und Geschäfte des Vorstands bedürfen der Zustimmung des Aufsichtsrats.

Vorstandsmitglieder legen möglicherweise auftretende Interessenkonflikte unverzüglich dem Aufsichtsrat offen und informieren ihre Vorstandskollegen darüber. Wesentliche Geschäfte von Vorstandsmitgliedern sowie ihnen nahe stehenden Personen mit der Gesellschaft bedürfen der Zustimmung des Aufsichtsrats; solche Geschäfte 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.

3. Die Hauptversammlung

Die Aktionäre nehmen ihre Rechte in der Hauptversammlung wahr und üben dort ihr Stimmrecht aus. Jede Aktie gewährt eine Stimme.

Die ordentliche Hauptversammlung findet jährlich – in der Regel innerhalb der ersten sechs Monate eines jeden Geschäftsjahrs – statt. Die Tagesordnung für die Hauptversammlung (einschließlich der für die Hauptversammlung verlangten Berichte und Unterlagen) wird auch auf der Internetseite der Gesellschaft veröffentlicht; die Einberufung der Hauptversammlung kann mitsamt den Einberufungsunterlagen im Einverständnis mit dem einzelnen Aktionär auch auf elektronischem Wege übermittelt werden.

Zur Erleichterung der persönlichen Wahrnehmung ihrer Rechte stellt die Beiersdorf AG ihren Aktionären einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter zur Verfügung. In der Einladung wird erklärt, wie im Vorfeld der Hauptversammlung Weisungen zur Stimmrechtsausübung erteilt werden können. Daneben bleibt es den Aktionären unbenommen, sich durch einen Bevollmächtigten ihrer Wahl auf der Hauptversammlung vertreten zu lassen.

III. Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht erläutert Struktur und Höhe der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat. Er berücksichtigt die gesetzlichen Vorgaben sowie die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Er ist Bestandteil des Konzernabschlusses.

1. Vergütung des Vorstands

a) Zuständigkeit und Beschlussfassungen des Aufsichtsrats zur Vorstandsvergütung

Seit Inkrafttreten des Gesetzes über die Angemessenheit der Vorstandsvergütung am 5. August 2009 obliegt die Festsetzung der Vorstandsvergütung dem Aufsichtsratsplenium. Der Präsidialausschuss des Aufsichtsrats berät und überprüft das Vergütungssystem für den Vorstand auch weiterhin in regelmäßigen Abständen und bereitet die Beschlussfassungen des Aufsichtsrats zur Festsetzung der Vorstandsvergütung vor.

Der Aufsichtsrat befasste sich in seinen Sitzungen am 30. April, 3. September und 19. November 2009 sowie am 8. Februar 2010 mit der Vergütung des Vorstands und deren Angemessenheit. In seinen Sitzungen am 19. November 2009 und am 8. Februar 2010 erörterte er die Anpassung des geltenden Vergütungssystems für den Vorstand an die neuen gesetzlichen Vorgaben und beschloss die Überleitung zu einem neuen Vergütungssystem ab dem Geschäftsjahr 2010. Über die Neuordnung der Vorstandsvergütung ab dem 1. Januar 2011 soll abschließend im 2. Halbjahr 2010 beschlossen werden. Im Zusammenhang mit der Einführung des neuen Vergütungssystems wurden auch Änderungen hinsichtlich des LTI und dessen Auflösung bis zum Geschäftsjahr 2012 beschlossen. Des Weiteren stellte der Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 8. Februar 2010 die Vergütung des Vorstands für das Geschäftsjahr 2009 fest. Bei der Erarbeitung des neuen Vergütungssystems wurden unabhängige Berater konsultiert.

b) Überblick über die Vorstandsvergütung

Das Vergütungssystem für den Vorstand berücksichtigt die Aufgaben und die Leistung des einzelnen Vorstandsmitglieds und des Vorstands insgesamt, die wirtschaftliche und finanzielle Lage, den Erfolg und die Zukunftsaussichten des Unternehmens sowie die Üblichkeit der Vergütung im Vergleichsumfeld.

Die Vergütung des Vorstands setzte sich im Geschäftsjahr 2009 aus drei wesentlichen Komponenten zusammen:

- einer fixen Grundvergütung;
- einer variablen, an die Erreichung von Zielvorgaben geknüpften Vergütung, nämlich:
 - ein jährlich auszuzahlendes kurzfristiges Vergütungselement (Short Term Incentive, STI) und
 - ein langfristig ausgerichtetes Vergütungselement (Long Term Incentive, LTI); und
- einer zusätzlichen mittelfristigen variablen Vergütung für die Jahre 2009 und 2010, die vom Erreichen bestimmter Weltmarktanteile zum Ende des Jahres 2010 abhängig ist (Mid Term Incentive, MTI).

c) Vorstandsvergütung für das Geschäftsjahr 2009 im Einzelnen

aa) Fixum

Die fixe jährliche Grundvergütung wird in zwölf gleichen Teilen ausgezahlt. Sie wird turnusmäßig alle zwei Jahre auf ihre Angemessenheit überprüft.

bb) STI und LTI

Der variable Anteil der Vorstandsvergütung – STI und LTI – ist an die Leistung des Vorstands, die Entwicklung des Unternehmens und dessen Wertsteigerung gekoppelt. Die variable Vergütung ist abhängig vom Grad des Erreichens unternehmensbezogener sowie persönlicher Zielvorgaben, ganz überwiegend bezogen auf den Unternehmensbereich Consumer. Die unternehmensbezogenen Zielvorgaben orientierten sich im Geschäftsjahr 2009 an relativem Umsatzwachstum (währungsbereinigt) und Umsatzrendite (*Return on Sales*) (zuvor Orientierung an Umsatzwachstum und EVA®/*Economic Value Added*). Nach Ablauf des Geschäftsjahrs und je nach Erreichen der unternehmensbezogenen Zielvorgaben wird auf Grundlage des Konzernergebnisses für jedes Vorstandsmitglied ein Ausgangsbetrag der variablen Vergütung ermittelt; dabei können außerordentliche Effekte berücksichtigt werden. Dieser Ausgangsbetrag kann vollständig entfallen, wenn Mindestschwellen nicht erreicht werden. Er erhöht oder verringert sich in Abhängigkeit vom Erreichen der persönlichen Zielvorgaben innerhalb festgelegter Grenzen. Die so für jedes Vorstandsmitglied ermittelte variable Vergütung ist nach oben begrenzt (Cap).

Ein Teilbetrag der variablen Vergütung kann jährlich in bar – als STI – ausgezahlt werden. Die Höhe der jährlichen Auszahlung wird für jedes Vorstandsmitglied vor Beginn des maßgeblichen Geschäftsjahrs festgelegt. Maximal können 80 % des jährlichen Ausgangsbetrags bis zum Zielbonus und 50 % des den Zielbonus übersteigenden Betrags ausgezahlt werden.

Der verbleibende Betrag speist den LTI-Topf. Dieser honoriert den Beitrag eines jeden Vorstandsmitglieds zur nachhaltigen Wertsteigerung des Unternehmens. Pro Kalenderjahr entstand ein neuer LTI-Topf für jedes Vorstandsmitglied. Die Wertentwicklung des LTI-Topfs ist abhängig vom Wachstum des Unternehmenswerts (*Compound Annual Growth Rate, CAGR*), berechnet anhand von Umsatz- und EBIT-Vervielfältigern, die über die Laufzeit des LTI-Topfs konstant bleiben, bereinigt um außerordentliche Effekte. Der LTI sah bisher nach jeweils fünf Jahren eine Auszahlung in bar vor, sofern der Unternehmenswert eine festgelegte Mindestschwelle erreichte. Wegen der Einführung eines neuen Systems der Vorstandsvergütung ab dem Geschäftsjahr 2010 werden die für die Geschäftsjahre 2006 bis 2009 gebildeten LTI-Töpfe angepasst und zum 31. Dezember 2010 abgerechnet; die bestehenden LTI-Töpfe erhöhen oder reduzieren sich bis zum Ablauf des Geschäftsjahrs 2010 entsprechend der Veränderung des Unternehmenswerts seit ihrer jeweiligen Bildung. Die Auszahlung der LTI-Töpfe soll in den Geschäftsjahren 2010 bis 2012 in drei Teilen erfolgen.

cc) MTI

Zur Unterstützung der Weltmarktanteilsziele der Consumer Business Strategie „Passion for Success 2010“ wurde zusätzlich zu der beschriebenen variablen Vergütung ein weiteres längerfristiges variables Vergütungselement – Mid Term Incentive (MTI) – für die Geschäftsjahre 2009 und 2010 eingeführt. Der MTI berechnet sich aus 2/3 des jährlich ermittelten und für die Höhe von LTI und STI maßgeblichen Ausgangsbetrags des jeweiligen Vorstandsmitglieds für die Jahre 2008 bis 2010, multipliziert mit einem prozentualen Faktor abhängig vom Erreichen des Weltmarktanteils des Unternehmensbereichs Consumer zum Ende des Geschäftsjahrs 2010. Der Aufsichtsrat kann dabei außerordentliche Effekte berücksichtigen. Bei Weltmarktanteilen unterhalb einer bestimmten Schwelle entfällt der MTI. Der MTI wird nach der Hauptversammlung 2011 ausgezahlt.

Bei den in der folgenden Tabelle für den MTI angegebenen Werten (siehe ee), letzte Spalte) handelt es sich um die Zuführung zu den Rückstellungen auf Grundlage geschätzter Marktanteilszahlen vorbehaltlich des Erreichens der Weltmarktanteilsziele zum Ende des Geschäftsjahrs 2010.

dd) Sonstiges

Die Vergütung des Vorstands enthält kein Aktienoptionsprogramm oder vergleichbare wertpapierorientierte Anreize. Auch erhalten die Mitglieder des Vorstands für Mandate in Kontrollgremien von Konzern- und Beteiligungsgesellschaften keine zusätzliche Vergütung.

Jedem Vorstandsmitglied steht ein Dienstwagen zur Verfügung. Außerdem hat die Beiersdorf AG zu Gunsten der Vorstandsmitglieder eine Unfallversicherung abgeschlossen. Diese Sachbezüge werden als geldwerter Vorteil versteuert.

Zudem bestehen für fünf der sechs Vorstandsmitglieder Pensionszusagen. Die Versorgungsbezüge bestimmen sich nach einem prozentualen Anteil der jeweiligen fixen Grundvergütung. Der prozentuale Anteil steigt mit der Dauer der Vorstandszugehörigkeit bis auf höchstens 50 %. Die Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen setzen sich aus den laufenden Dienstzeitaufwendungen (*current service cost*) und den Zinsaufwendungen (*interest expense*) zusammen.

*ee) Übersichten zur individualisierten Vorstandsvergütung***34 · GESAMTVERGÜTUNG DES VORSTANDS FÜR DIE TÄTIGKEIT IM GESCHÄFTSJAHR 2009 // IN T€**

	Fixe Grundvergütung		Variable Vergütung [*]			
			STI		LTI ^{**}	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Thomas-B. Quaas (Vorsitzender)	420	435	716	550	181	138
Dr. Bernhard Düttmann	250	250	417	335	170	112
Peter Kleinschmidt	260	260	474	354	124	88
Pieter Nota	315	325	393	306	192	131
Markus Pinger	250	260	424	409	94	102
James C. Wei (seit 1. Juni 2009)	–	163	–	227	–	56
Gesamt	1.495	1.693	2.424	2.181	761	627

* Die unternehmensbezogenen Zielvorgaben für die variable Vergütung orientieren sich u.a. am relativen Umsatzwachstum 2009. Die zur Errechnung notwendigen Marktwachstumswerte für das Geschäftsjahr 2009 lagen zum Zeitpunkt der Aufsichtsratssitzung am 8. Februar 2010 noch nicht vor; die für die variable Vergütung angegebenen Werte wurden daher auf Basis vorläufiger Marktwachstumswerte errechnet. Nach Vorliegen der Marktwachstumswerte im späten Frühjahr 2010 werden die Werte – soweit notwendig – angepasst und veröffentlicht werden. Diese Werte können daher tatsächlich anders ausfallen, u.U. auch ganz entfallen.

** Die hier angegebenen Werte für den LTI entsprechen der im Geschäftsjahr 2009 in den LTI eingestellten Vergütung.

Die Dienstverträge der Vorstandsmitglieder enthalten keine Change-of-Control-Klauseln. Die Abfindung des Vorstandsvorsitzenden wurde für den Fall einer vorzeitigen einvernehmlichen Auflösung seines Dienstvertrags aus Gründen, die er nicht zu vertreten hat, auf die Höhe der bis zum Vertragsende ausstehenden fixen Vergütung sowie einen Festbetrag für die variable Vergütung für die Restlaufzeit des Vertrags in Höhe von 500 T€ pro Jahr festgelegt. Weitere Zusagen für den Fall der vorzeitigen Beendigung der Vorstandstätigkeit bestehen nicht. Bei einem Vorstandsmitglied ist eine Abfindung auf zwei jährliche Fixvergütungen begrenzt. Mitglieder des Vorstands erhielten von der Gesellschaft weder Kredite oder Vorschüsse, noch wurden zu ihren Gunsten Haftungsverhältnisse eingegangen.

Sonstiges (geldwerte Vorteile u.a. aus Überlassung von Dienstwagen und aus Zahlung von Versicherungsbeiträgen)		Gesamt		Zuführung zu den Pensionsrückstellungen		Zuführung zu den Rückstellungen für den MTI
		2008	2009	2008	2009	2009
16	15	1.333	1.138	152	162	679
9	9	846	706	75	89	424
14	14	872	716	93	99	424
12	14	912	776	80	82	448
12	10	780	781	71	78	422
-	3	-	449	-	-	224
63	65	4.743	4.566	471	510	2.621

Die Barwerte der bestehenden LTI-Töpfe ergeben sich aus der nachfolgenden Tabelle:

35 · IN T €

	LTI Geschäftsjahr 2006		LTI Geschäftsjahr 2007		LTI Geschäftsjahr 2008		LTI Geschäftsjahr 2009
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2009
Thomas-B. Quaas (Vorsitzender)	1.109	920	497	519	181	214	124
Dr. Bernhard Düttmann	–	–	348	385	170	205	101
Peter Kleinschmidt	466	390	279	295	124	147	79
Pieter Nota	742	619	375	396	192	227	118
Markus Pinger	659	547	315	329	94	112	92
James C. Wei (seit 1. Juni 2009)	–	–	–	–	–	–	54
Gesamt	2.976	2.476	1.814	1.924	761	905	568

ff) Ehemalige Vorstandsmitglieder und Hinterbliebene

Frühere Vorstandsmitglieder und ihre Hinterbliebenen erhielten Gesamtbezüge in Höhe von 2.274 T€ (Vorjahr: 2.018 T€). Für die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und ihren Hinterbliebenen sind insgesamt 22.373 T€ (Vorjahr: 23.755 T€) zurückgestellt.

d) Neues Vorstandsvergütungssystem ab dem Geschäftsjahr 2010

Der Aufsichtsrat hat in seinen Sitzungen am 19. November 2009 und 8. Februar 2010 folgende Neuerungen zur Vergütungsstruktur für den Vorstand beschlossen:

aa) Vergütung 2010

Die Vorstandsmitglieder erhalten neben einer festen Jahresvergütung im bisherigen Umfang im Geschäftsjahr 2010 einen variablen Bonus, der entsprechend dem neuen Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung die nachhaltige Unternehmensentwicklung unterstützen soll und zum überwiegenden Teil (60 %) auf einer mehrjährigen Bemessungsgrundlage beruht. Die Höhe des variablen Bonus hängt vom Erreichen einer bestimmten EBIT-Marge des Unternehmensbereichs Consumer des Beiersdorf Konzerns sowie bestimmter durch den Aufsichtsrat für jedes Vorstandsmitglied festgelegter persönlicher Ziele ab. Der variable Bonus entfällt ersatzlos bei Unterschreiten einer 70%igen Zielerreichung, soweit er sich an der EBIT-Marge bemisst, bzw. einer 80%igen Zielerreichung, soweit er sich an persönlichen Zielen bemisst, („Knock-out“); oberhalb einer Zielerreichung von 200 % erfolgt jeweils keine weitere Steigerung („Cap“). Zwischenwerte werden linear interpoliert.

Der variable Bonus wird zu 40 % nach der Entlastung des Vorstands durch die Hauptversammlung im Jahr 2011 fällig („Tantieme“). Der verbleibende Betrag („Langfristiger Bonus“) wird in vier gleichen Teilbeträgen nach Entlastung des jeweiligen Vorstandsmitglieds durch die ordentlichen Hauptversammlungen in den Jahren 2012 bis 2015 ausgezahlt, wenn am Ende des jeweils vorangegangenen Geschäftsjahrs der Unternehmenswert (errechnet aus Summe Umsatz und EBIT x EBIT-Faktor) mindestens dem Unternehmenswert des Geschäftsjahrs 2010 entsprach. Andernfalls verfällt der jeweilige Teilbetrag, es sei denn, der Unternehmenswert erreicht im Durchschnitt der Jahre 2011 bis 2014 mindestens den Unternehmenswert des Geschäftsjahrs 2010. In diesem Fall wird der entsprechende Teilbetrag mit dem letzten Viertel nach der ordentlichen Hauptversammlung im Jahr 2015 gezahlt. Das letzte Viertel erhöht oder reduziert sich zudem entsprechend der prozentualen Veränderung des Unternehmenswerts im Zeitraum von Ende 2010 bis Ende 2014. Eine Reduzierung unter den Betrag von 0 € und eine Erhöhung auf mehr als das Doppelte des letzten Teilbetrags sind ausgeschlossen. Zur Berücksichtigung besonderer Entwicklungen kann der Aufsichtsrat die Tantieme sowie den langfristigen Bonus um bis zu 20 % herauf- oder herabsetzen.

Aufgrund der Einführung des neuen Vergütungssystems werden im Geschäftsjahr 2010 keine neuen STI, MTI und LTI gewährt. Der im Geschäftsjahr 2009 gewährte MTI hat eine Laufzeit bis Ende 2010, die LTI-Töpfe werden ebenfalls zum Ende des Geschäftsjahrs 2010 abgerechnet und in den Geschäftsjahren 2010 bis 2012 ausbezahlt.

bb) Mögliches Vergütungssystem ab 2011

Der Aufsichtsrat erwägt, ab dem Geschäftsjahr 2011 das vorstehend beschriebene System grundsätzlich fortzuführen und jährlich einen entsprechenden variablen Bonus zu gewähren, ergänzt um ein Erfolgsziel, das von der Erreichung einer Umsatz- oder Marktanteilsgröße für den Unternehmensbereich Consumer des Beiersdorf Konzerns abhängt. Der Aufsichtsrat wird über die Einführung des Vergütungssystems ab dem Geschäftsjahr 2011 in der zweiten Jahreshälfte 2010 abschließend beraten.

2. Vergütung des Aufsichtsrats

Die Grundsätze der Vergütung des Aufsichtsrats wurden durch die Hauptversammlung in § 15 der Satzung festgelegt. Die Vergütung des Aufsichtsrats orientiert sich an der Verantwortung und dem Aufgabenbereich der einzelnen Aufsichtsratsmitglieder sowie an der wirtschaftlichen Situation der Gesellschaft. Neben der Erstattung ihrer Barauslagen erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats einen fixen und einen an der Dividende orientierten, variablen Vergütungsbestandteil.

Der feste Bestandteil je Aufsichtsratsmitglied beträgt 25.000 € für jedes volle Geschäftsjahr und der variable Bestandteil 1.200 € je Cent, um den die ausgeschüttete Dividende pro Aktie den Betrag von 15 Cent übersteigt. Sitzungsgelder werden nicht gezahlt. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats und seine beiden Stellvertreter erhalten jeweils das Zweieinhalbfache bzw. das Eineinhalbfache der einfachen Aufsichtsratsvergütung. Mitglieder des Präsidial- sowie des Prüfungs- und Finanzausschusses werden für ihre Tätigkeit in diesen Ausschüssen gesondert vergütet. 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.

Mitglieder des Aufsichtsrats erhielten von der Gesellschaft weder Kredite oder Vorschüsse, noch wurden zu ihren Gunsten Haftungsverhältnisse eingegangen. Auch haben Mitglieder des Aufsichtsrats keine Vergütungen oder Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen wie Beratungs- oder Vermittlungsleistungen erhalten.

Vorbehaltlich der Beschlussfassung der Hauptversammlung am 29. April 2010 über die für das Geschäftsjahr 2009 auszuschüttende Dividende* erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats für ihre Tätigkeit im Geschäftsjahr 2009 die in der Tabelle dargestellte Vergütung:

* Grundlage: der der Hauptversammlung vorliegende Dividendenvorschlag von 70 Cent je Aktie.

36 · GESAMTVERGÜTUNG DES AUFSICHTSRATS FÜR DIE TÄTIGKEIT IM GESCHÄFTSJAHR 2009 // IN €

	Fix*		Variabel		Gesamt	
	2008	2009	2008**	2009	2008**	2009
Dieter Ammer (bis 30. April 2009)	47.439	13.151	98.729	21.698	146.168	34.849
Elke Bruns (seit 30. April 2009)	–	16.849	–	44.482	–	61.331
Dr. Walter Diembeck	40.000	40.000	66.000	66.000	106.000	106.000
Prof. Dr. Eva Eberhartinger (seit 30. April 2009)	–	26.959	–	44.482	–	71.441
Frank Ganschow (bis 30. April 2009)	25.000	8.219	66.000	21.699	91.000	29.918
Michael Herz	50.000	50.000	66.000	66.000	116.000	116.000
Thomas Holzgreve (seit 30. April 2009 Mitglied und stellvertretender Vorsitzender)	–	25.274	–	66.723	–	91.997
Thorsten Irtz (Stellvertretender Vorsitzender)	37.500	37.500	99.000	99.000	136.500	136.500
Dr. Rolf Kunisch	25.000	25.000	66.000	66.000	91.000	91.000
Dr. Arno Mahler (bis 30. April 2009 Mitglied und stellvertretender Vorsitzender)	43.320	12.329	88.180	32.548	131.500	44.877
Tomas Nieber	25.000	25.000	66.000	66.000	91.000	91.000
Stefan Pfänder (bis 30. April 2009)	25.000	8.219	66.000	21.699	91.000	29.918
Ulrich Plechinger (bis 30. April 2009)	25.000	8.219	66.000	21.699	91.000	29.918
Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender)	54.303	62.500	143.361	165.000	197.664	227.500
Prof. Manuela Rousseau	25.000	25.000	66.000	66.000	91.000	91.000
Volker Schopnie (seit 30. April 2009)	–	26.959	–	44.482	–	71.441
Thomas Siemsen (seit 30. April 2009)	–	16.849	–	44.482	–	61.331
Gesamt	422.562	428.027	957.270	957.994	1.379.832	1.386.021

* Hierin ist neben dem fixen Vergütungsbestandteil auch die zusätzliche Vergütung für die Mitgliedschaft in Aufsichtsratsausschüssen enthalten.

** Diese Werte weichen von den im Vergütungsbericht 2008 angegebenen Werten ab, weil alle Aufsichtsratsmitglieder nach der Bilanzsitzung am 19. Februar 2009 auf einen Teil ihrer variablen Vergütung verzichtet haben. Der Verzicht bezog sich auf den Teil der Dividende, der 0,70 € je dividendenberechtigte Stückaktie übersteigt, also auf den vorgeschlagenen außerordentlichen Zuschlag in Höhe von 0,20 €.



Beiersdorf.de/
Directors_
Dealings

IV. Meldepflichtige Wertpapiergeschäfte und Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der Gesellschaft sind nach § 15a WpHG gesetzlich verpflichtet, den Erwerb bzw. die Veräußerung von Aktien der Beiersdorf AG unverzüglich der Gesellschaft mitzuteilen. Dies gilt auch für Personen, die mit einer solchen Person in einer engen Beziehung stehen. Der Beiersdorf AG sind im abgelaufenen Geschäftsjahr die folgenden Mitteilungen zugegangen:

37 · DIRECTORS' DEALINGS NACH § 15A WPHG IM GESCHÄFTSJAHR 2009

Datum und Ort des Geschäfts	Meldepflichtige Person	Funktion	Bezeichnung des Finanzinstruments	WKN/ISIN	Art des Geschäfts	Stückzahl	Preis pro Stück €	Geschäftsvolumen €
30.01.2009 Hamburg	Cornelia Herz	Ehepartner Aufsichtsratsmitglied	Nennwertlose Inhabers Stammaktie	DE0005200000	Kauf	770	38,60	29.722,00
17.02.2009 Xetra	Michael Herz	Aufsichtsratsmitglied	Nennwertlose Inhabers Stammaktie	DE0005200000	Kauf	12.280	35,00	429.800,00
17.02.2009 Xetra	Libro Beteiligungs- und Verwaltungsgesellschaft mbH	Juristische Person, Gesellschaft oder Einrichtung in enger Beziehung zu Aufsichtsratsmitglied	Nennwertlose Inhabers Stammaktie	DE0005200000	Kauf	1.900	35,00	66.500,00
21.04.2009 Hamburg	Cornelia Herz	Ehepartner Aufsichtsratsmitglied	Nennwertlose Inhabers Stammaktie	DE0005200000	Kauf	720	30,00	21.600,00

Die Mitglieder des Vorstands der Beiersdorf AG halten keine Aktien der Gesellschaft. Der Gesamtbesitz von Mitgliedern des Aufsichtsrats beläuft sich unter Berücksichtigung der von der Gesellschaft gehaltenen 9,99 % eigenen Aktien auf 60,46 % der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien. Herr Michael Herz, Mitglied des Aufsichtsrats der Beiersdorf AG, hat der Gesellschaft mitgeteilt, dass ihm 50,47 % der Stimmrechte an der Gesellschaft zustehen. Unter Berücksichtigung der von der Gesellschaft gehaltenen 9,99 % eigenen Aktien, die gemäß § 71 b AktG weder stimm- noch dividendenberechtigt sind und die Herrn Michael Herz nach § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 i.V.m. S. 3 WpHG ebenfalls zuzurechnen sind, beläuft sich dessen Anteilsbesitz auf 60,46 %. Die übrigen Mitglieder des Aufsichtsrats halten weniger als 1 % der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien.

V. Weitere Informationen zur Corporate Governance bei Beiersdorf

Ausführlichere Informationen zur Tätigkeit des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse sowie zur Zusammenarbeit von Aufsichtsrat und Vorstand finden sich im Bericht des Aufsichtsrats.

Transparenz und der Anspruch, unsere Aktionäre und die Öffentlichkeit schnell, umfassend und gleichzeitig zu informieren, haben für uns eine hohe Priorität. Daher werden aktuelle Entwicklungen und wichtige Unternehmensinformationen zeitnah auf unserer Internetseite (www.Beiersdorf.de) zur Verfügung gestellt. Neben detaillierten Erläuterungen zur Corporate Governance bei Beiersdorf werden dort weitergehende Informationen zu Vorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung, die Berichte des Unternehmens (Jahresabschlüsse, Lageberichte und Zwischenberichte), ein Finanzkalender zu allen wesentlichen Terminen und Veröffentlichungen, Ad-hoc-Meldungen und meldepflichtige Wertpapiergeschäfte (Directors' Dealings) veröffentlicht.

Der Beiersdorf Konzernabschluss und die Zwischenberichte werden nach den Grundsätzen der International Financial Reporting Standards (IFRS), der Jahresabschluss der Beiersdorf AG nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuchs (HGB) erstellt. Die Hauptversammlung hat am 30. April 2009 die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, zum Abschlussprüfer für die Beiersdorf AG und den Beiersdorf Konzern für das Geschäftsjahr 2009 gewählt.



**Beiersdorf.de/
Strategie**

B. Unternehmensführungspraktiken

Unsere Ziele sind klar definiert: die kontinuierliche Steigerung unserer Marktanteile in allen Bereichen durch qualitatives Wachstum sowie der daraus resultierende Ausbau unserer guten Ertragslage. Diese Ziele möchten wir erreichen, indem wir unsere Consumer Business Strategie „Passion for Success“ weiter erfolgreich umsetzen. Weitere Informationen zu dieser Strategie finden Sie unter www.Beiersdorf.de/Strategie.

Zur Umsetzung dieser Strategie verfolgen wir folgende wesentliche Unternehmensführungspraktiken:



**Beiersdorf.de/
Compliance_
Leitlinien**

Compliance

Die Einhaltung der Gesetze und internen Richtlinien (Compliance) ist für Beiersdorf eine unverzichtbare Grundlage erfolgreichen und nachhaltigen Wirtschaftens. Beiersdorfs Compliance Leitlinien finden Sie unter www.Beiersdorf.de/Compliance_Leitlinien. Das Compliance Management System bei Beiersdorf soll die Führungskräfte dabei unterstützen, Compliance sicherzustellen, geeignete interne Richtlinien zu erlassen und durchzusetzen sowie Mitarbeiter zu schulen. Derzeit wird ein neuer Verhaltenskodex für die Mitarbeiter erarbeitet, der einen Überblick gibt, welche Verhaltensweisen Beiersdorf von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erwartet. Nach seiner Implementierung wird dieser Kodex auch auf unserer Internetseite verfügbar sein.



siehe
Seite 44 f.

Nachhaltigkeit

In unseren Nachhaltigkeitsleitlinien nehmen wir Stellung zu unseren Werten sowie zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Nähere Informationen hierzu und zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht (Seite 44f. dieses Geschäftsberichts) und unter www.Nachhaltigkeit.Beiersdorf.de/Nachhaltigkeitsleitlinien.



**Nachhaltigkeit.
Beiersdorf.de/
Nachhaltigkeits-
leitlinien**

Personalpolitik

Bei der Auswahl unserer Mitarbeiter legen wir Wert auf Führungsstärke und Teamgeist. „Herausragende Führungskompetenz in effizienten Strukturen“ ist einer der Eckpfeiler unserer Consumer Business Strategie. Diese steht für Leistung, Veränderung und Innovation auf allen Ebenen unseres Unternehmens. Wir konzentrieren uns im Rahmen unserer Personalaktivitäten darauf, unternehmensweit Talente zu identifizieren und Führungskompetenzen zu fördern und zu entwickeln. Gezielt investieren wir in die Qualifikation und die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter. Unsere Personalpolitik wird von fünf Bereichen geprägt:

1. **Personalentwicklung:** Wir unterstützen die individuelle Karriereplanung unserer Mitarbeiter – sei es durch die stetige Weiterentwicklung ihrer Fähigkeiten oder durch angemessene Würdigung ihrer besonderen Leistungen.
2. **Organisation:** Wir setzen auf eine schlanke und transparente Organisationsstruktur.
3. **Entgelt:** Unsere Entgeltpolitik ist transparent. Das Gehalt bemisst sich nach Funktion, Erfahrung und Leistung des Mitarbeiters und orientiert sich am Arbeitsmarkt.
4. **Soziale Einbindung:** Wir fördern einen partnerschaftlichen Umgang. Dies gilt für unsere Mitarbeiter untereinander genauso wie die Kontakte des Unternehmens mit gesellschaftlichen Gruppen.
5. **Kommunikation und Führung:** Wir pflegen einen offenen und konstruktiven Dialog. Für jeden Mitarbeiter werden unter dessen Beteiligung verbindliche Leistungsziele vereinbart. Die Führungskräfte stellen eine transparente und faire Bewertung der Leistungsbeiträge sicher.



Nachhaltigkeit.
Beiersdorf.de/
Personalpolitik

Unsere Personalpolitik ist ausdrücklich in die Gesamtunternehmenspolitik integriert, da sie eng verknüpft ist mit unserem unternehmerischen Erfolg. Die Personalpolitik im Wortlaut ist zu finden unter www.Nachhaltigkeit.Beiersdorf.de/Personalpolitik.

Mit fünf Leitlinien geben wir unseren Führungskräften eine Orientierung. Sie sind eine Herausforderung und zugleich eine Verpflichtung für ihre wichtigste tägliche Aufgabe: als Führungskraft mit Beispiel voranzugehen. Sie sind zu finden unter www.Nachhaltigkeit.Beiersdorf.de/Fuehrungsleitlinien.



Nachhaltigkeit.
Beiersdorf.de/
Fuehrungs-
leitlinien

Risikomanagement

Das Risikomanagement ist ein integraler Bestandteil der zentralen sowie 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.

Nähere Informationen hierzu finden Sie im Risikobericht auf Seite 70ff. dieses Geschäftsberichts und in der Onlineversion unter www.Geschaeftsbericht.Beiersdorf.de/Risikobericht.



siehe
Seite 70ff.



Geschaeftsbericht.
Beiersdorf.de/
Risikobericht

Risikobericht

Integriertes Risiko- und Chancenmanagementsystem

Unternehmerischer Erfolg erfordert das bewusste Eingehen von Risiken. Das Risikomanagement unterstützt uns, die mit der strategischen Ausrichtung verbundenen Risiken zu bewältigen und strategische Potenziale optimal auszuschöpfen. Durch einen regelmäßigen Strategieabgleich sorgen wir dafür, dass Chancen und Risiken in einem sinnvollen Verhältnis zueinander stehen. Wir gehen Risiken nur dann ein, wenn ihnen die Chance auf eine angemessene Wertsteigerung entgegensteht und sie mit anerkannten Methoden und Maßnahmen innerhalb unserer Organisation handhabbar sind.

Das Risikomanagement ist ein integraler Bestandteil der zentralen sowie 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. Das Risikomanagement wird in der Konzernzentrale koordiniert.

Die Interne Revision überwacht durch systematische Prüfungen die Einhaltung des internen Kontrollsystems. Als prozessunabhängige Instanz gewährleistet sie die Integrität der Geschäftsabläufe sowie die Wirksamkeit der installierten Systeme und Kontrollen. Des Weiteren prüft der Abschlussprüfer das Risikofrüherkennungs- und Überwachungssystem. Er berichtet das Prüfungsergebnis an den Vorstand sowie den Prüfungs- und Finanzausschuss des Aufsichtsrats, der sich regelmäßig mit diesen Themen befasst.

Unser Risikoprofil

Strategische und branchenspezifische Risiken

Erhalt und Ausbau des Werts unserer großen verbrauchernahen Marken mit ihrer breiten Tragfähigkeit sind für die wirtschaftliche Entwicklung von Beiersdorf von zentraler Bedeutung. Wir haben unser Risikomanagementsystem darauf ausgerichtet, den Wert unserer Marken zu schützen. Die Einhaltung hoher Standards hinsichtlich Qualität und Sicherheit unserer Produkte bildet die Basis für das nachhaltige Vertrauen der Kunden in unsere Marken. Bei der Neuentwicklung von Produkten führen wir daher eine intensive Sicherheitsbewertung durch. Über den gesamten Beschaffungs-, Herstellungs- und Distributionsprozess hinweg unterliegen unsere Produkte durchgängig den hohen Anforderungen unseres Qualitätssicherungssystems.

Innovationen auf Basis einer starken Forschung und Entwicklung sind Voraussetzung für Akzeptanz und Attraktivität unserer Produkte beim Verbraucher. Eine sorgfältige Markenführung nimmt Trends beim Verbraucher sowie die Ergebnisse intensiver Markt- und Wettbewerbsanalysen auf und sorgt zugleich dafür, dass der Markenkern erhalten bleibt und behutsam weiterentwickelt wird.

Starke Marken mit ihrer Balance von Innovation und Kontinuität sind unsere Antwort auf den weltweit intensiven Preis-, Qualitäts- und Innovationswettbewerb. Mit der Entwicklung und Implementierung des „Consumer Insights“-Prozesses haben wir die Voraussetzungen geschaffen, Verbrauchervünsche noch schneller aufzunehmen und in unseren Produktentwicklungen einfließen zu lassen.

Dies wirkt zugleich einer zunehmenden Konzentration im Handel sowie dem regionalen Aufkommen von Handelsmarken entgegen.

Kompetenzbasierte Marken erfordern hohe Vorleistungen in den Bereichen Innovation und Marketing. Daher kommt dem kontinuierlichen Ausbau unseres Marken- und Patentrechtsportfolios eine zentrale Bedeutung zu. Insbesondere die Unterbindung von Nachahmungen durch gezielte Anmeldung und Durchsetzung von Schutzrechten trägt dazu bei, die zuvor geschaffenen Ertragspotenziale abzusichern und weiter auszubauen.

Leistungswirtschaftliche und informationstechnische Risiken

Ein detailliertes Monitoring unserer Kundenbeziehungen, ein aktives Forderungsmanagement sowie der selektive Einsatz von Warenkreditversicherungen wirken Risiken durch Forderungsausfälle entgegen.

Risiken in der Beschaffung bezüglich Liefertreue und Kosten bei Rohstoffen und Waren sowie der Inanspruchnahme von Leistungen begegnen wir durch ein kontinuierliches Monitoring unserer Märkte und Lieferanten, eine aktive Steuerung unseres Lieferantenportfolios sowie ein adäquates Vertragsmanagement. Die Einkaufsstrategien werden regelmäßig überprüft und den internen und externen Erfordernissen angepasst.

Durch Kooperationen und Kontakte mit Universitäten bauen wir weltweit Verbindungen zu qualifizierten Nachwuchskräften auf, die wir durch spezielle Einstiegsprogramme auf eine Karriere bei Beiersdorf vorbereiten. Unser weltweit einheitlicher Talent-Management-Prozess identifiziert und fördert talentierte Fach- und Führungskräfte auf allen Ebenen und stellt die Nachbesetzung von wichtigen Positionen im ganzen Unternehmen sicher.

Durch klare Führungsstrukturen sowie durch effiziente organisatorische Maßnahmen begegnen wir Compliance-Risiken. Prozessbegleitende Kontrollen und standortbezogene Audits begrenzen Arbeitssicherheits-, Umwelt- und Unterbrechungsrisiken bei Produktions- und Logistikaktivitäten. Risiken im Hinblick auf Verfügbarkeit, Zuverlässigkeit und Effizienz unserer IT-Systeme begrenzen wir durch laufende Überwachung, Anpassungsmaßnahmen wie auch durch die Etablierung eines in den IT-Betrieb integrierten Continuity Managements. Soweit wirtschaftlich sinnvoll, erfolgt ein Transfer ausgewählter Risiken auf Versicherungsunternehmen.

Finanzwirtschaftliche Risiken

Währungs-, Zins- und Liquiditätsrisiken unterliegen einem aktiven Treasury Management auf der Basis weltweit geltender Richtlinien. Sie werden überwiegend zentral gesteuert und gesichert. Dabei werden die spezifischen Anforderungen an die organisatorische Trennung der Funktionsbereiche Handel, Abwicklung und Kontrolle beachtet. Derivative Finanzinstrumente dienen ausschließlich der Sicherung operativer Grundgeschäfte und betriebsnotwendiger Finanztransaktionen. Dem Konzern entstehen daraus keine zusätzlichen Risiken.

Währungsrisiken aus konzerninternen Warenlieferungen und Leistungen begrenzen wir durch Devisentermingeschäfte. Dabei werden grundsätzlich 75 % der geplanten Nettozahlungsströme eines Jahres gesichert (cashflow hedges on forecasted transactions). Währungsrisiken aus konzerninternen grenzüberschreitenden Finanzierungen werden grundsätzlich von der zentralen Treasury-Abteilung durch Devisentermingeschäfte vollständig am Markt gesichert.

Potenzielle Ausfallrisiken im Zusammenhang mit der Anlage der Konzernliquidität werden dadurch begrenzt, dass nur kurzfristige Anlagen bei erstklassigen Kontrahenten erfolgen. Das Kontrahentenrisiko überwachen wir anhand von Ratings und haftendem Eigenkapital der Kontrahenten sowie der eigenen Risikotragfähigkeit. Darüber hinaus beobachten wir die relative Bonität der Kontrahenten anhand von Methoden, die eine sehr kurzfristige Indikation zur Einschätzung eines Marktteilnehmers liefern. Mit Hilfe dieser Parameter werden Höchstbeträge für Anlagen bei jeder Partnerbank ermittelt (Kontrahentenlimits), denen wir regelmäßig die tatsächlich getätigten konzernweiten Anlagen gegenüberstellen. Angesichts der Entwicklungen auf den Kapitalmärkten haben wir mehr als die Hälfte unserer Liquidität in risikoarme Anlagen angelegt (wie z.B. Staats- und Industriefinanzierungen).

Zur optimalen Steuerung unserer Anlagen setzen wir Methoden und Instrumente zur Konzentration der Liquidität der Tochtergesellschaften ein. Durch angemessene Systeme stellen wir Transparenz über die in den Tochtergesellschaften verbleibenden Mittel her. Positive Salden sind im zentralen Kontrahentenrisikomanagement erfasst.

Klare Zuordnungen von Verantwortlichkeiten, zentrale Regeln zur grundlegenden Begrenzung finanzieller Risiken, die bewusste Ausrichtung der eingesetzten Instrumente auf die Erfordernisse unserer Geschäftstätigkeit und die gesonderte Überwachung durch ein international besetztes Treasury Committee sind Ausdruck des finanzbezogenen Risikomanagements.

Sonstige Risiken

Zur Sicherung der Ordnungsmäßigkeit der Buchführung und Rechnungslegung sowie der Verlässlichkeit der finanziellen Berichterstattung im Konzernabschluss und Konzernlagebericht besteht ein rechnungslegungsbezogenes internes Kontrollsystem, das durch präventive und überwachende Kontrollmaßnahmen im Rechnungswesen und in operativen Funktionen als integraler Bestandteil des Konzernrechnungslegungsprozesses charakterisiert wird. Zu diesen Maßnahmen zählen unter anderem Funktionstrennungen, vordefinierte Genehmigungsprozesse sowie systemgestützte Verfahren zur Verarbeitung konzernrechnungslegungsbezogener Daten. Die wesentlichen Rechnungslegungsprozesse der Beiersdorf AG und eines Großteils der europäischen Tochtergesellschaften werden durch die Beiersdorf Shared Services GmbH einheitlich abgedeckt. Die rechnungslegungsbezogene Berichterstattung der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochtergesellschaften sowie die Konsolidierung erfolgt EDV-gestützt. Grundsätze, Prozesse und Berichtsorganisation der Konzernrechnungslegung sind in einem Accounting & Controlling Manual und einem Risikomanagementhandbuch dokumentiert.

Neben anderen Unternehmen sind Gesellschaften des Beiersdorf Konzerns in Kartellverfahren im Bereich Kosmetikartikel auf nationaler Ebene in Europa involviert. Eine belastbare, umfassende Einschätzung des Risikos aus Konzernsicht ist zurzeit nicht möglich.

Gesamtaussage zur Risikosituation des Konzerns

Nach unserer heutigen Einschätzung sind für den Beiersdorf Konzern keine bestandsgefährdenden Risiken vorhanden.

Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

Der Vorstand hat gemäß § 312 AktG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen erstellt, der folgende Schlusserklärung enthält: „Die Beiersdorf Aktiengesellschaft hat nach den Umständen, die uns in dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem Rechtsgeschäfte vorgenommen oder Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten und ist dadurch, dass Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, nicht benachteiligt worden.“

Nachtragsbericht

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

Übernahmerechtliche Angaben

Im Folgenden sind die gemäß § 315 Abs. 4 HGB erforderlichen übernahmerechtlichen Angaben dargestellt.



siehe
Seite 105
Seite 117ff.

Im Hinblick auf die Angaben zur Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals wird auf Seite 105 des Anhangs und im Hinblick auf die Angaben zu direkten oder indirekten Beteiligungen am Kapital, die 10 % der Stimmrechte überschreiten, auf Seite 117ff. des Anhangs verwiesen. Ergänzend dazu hat Herr Michael Herz, Deutschland, dem Vorstand mitgeteilt, dass ihm weitere Anteile an der Beiersdorf Aktiengesellschaft zuzurechnen sind und er direkt Anteile an der Beiersdorf Aktiengesellschaft hält. Für Herrn Michael Herz ergibt sich damit insgesamt ein Stimmrechtsanteil von 60,46 % an der Beiersdorf Aktiengesellschaft (einschließlich 9,99 % nicht stimm- und dividendenberechtigter eigener Aktien der Beiersdorf Aktiengesellschaft).

Die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands sind in den §§ 84, 85 AktG, § 31 MitbestG und § 7 der Satzung geregelt. Gemäß § 7 der Satzung besteht der Vorstand aus mindestens drei Personen; im Übrigen bestimmt der Aufsichtsrat die Anzahl der Vorstandsmitglieder. Die Änderung der Satzung erfolgt nach den §§ 179, 133 AktG sowie § 16 der Satzung. Nach § 16 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 genehmigten oder bedingten Kapital entsprechend zu ändern und neu zu fassen.

Die Hauptversammlung hat am 18. Mai 2005 den Vorstand ermächtigt, das Grundkapital in der Zeit bis zum 17. Mai 2010 mit Zustimmung des Aufsichtsrats um bis zu insgesamt 87 Mio. € (genehmigtes Kapital I: 45 Mio. €; genehmigtes Kapital II: 21 Mio. €; genehmigtes Kapital III: 21 Mio. €) durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Inhaber lautende Aktien zu erhöhen. Dabei kann die Gewinnberechtigung neuer Aktien abweichend von § 60 Abs. 2 AktG bestimmt werden.

Den Aktionären 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 Inhabern/Gläubigern der von der Beiersdorf AG 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. um neue Aktien zu einem Ausgabebetrag auszugeben, der den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabetrags, die möglichst zeitnah zur Platzierung der Aktien erfolgen soll, nicht wesentlich unterschreitet, wobei im Rahmen

der Beschränkung dieser Ermächtigung auf insgesamt zehn vom Hundert des Grundkapitals diejenigen Aktien anzurechnen sind, für die das Bezugsrecht der Aktionäre in Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG bei Ausnutzung der Ermächtigung zur Veräußerung eigener Aktien und/oder bei Ausnutzung der Ermächtigung zur Ausgabe von Wandel- bzw. Optionsschuldverschreibungen ausgeschlossen wird (genehmigtes Kapital II);

4. bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen oder von Beteiligungen an Unternehmen (genehmigtes Kapital III).

Der Vorstand wurde ferner ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Kapitalerhöhung und ihrer Durchführung mit Zustimmung des Aufsichtsrats festzulegen.

Die Hauptversammlung hat am 18. Mai 2005 ferner beschlossen, das Grundkapital um bis zu insgesamt 40 Mio. € bedingt zu erhöhen. Am 17. Mai 2006 hat die Hauptversammlung außerdem eine Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln beschlossen. Gemäß § 218 S. 1 AktG hat sich damit das bedingte Kapital im gleichen Verhältnis erhöht. Dieses beträgt daher nunmehr 46.875.000 €. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nach dem zu Grunde liegenden Hauptversammlungsbeschluss nur insoweit durchgeführt, wie

1. die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandlungs- und/oder Optionsrechten, die mit den von der Beiersdorf AG oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften bis zum 17. Mai 2010 auszugebenden Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen verbunden sind, von ihrem Wandlungs- bzw. Optionsrecht Gebrauch machen oder wie
2. die zur Wandlung verpflichteten Inhaber bzw. Gläubiger der von der Beiersdorf AG oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften bis zum 17. Mai 2010 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.

Die Beiersdorf AG wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. April 2009 ermächtigt, gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG in der Zeit bis zum 29. Oktober 2010 eigene Aktien im Umfang von insgesamt bis zu 10 % des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben. Der Erwerb erfolgt über die Börse oder mittels eines an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Kaufangebots. Der Vorstand wurde ebenfalls durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. April 2009 ermächtigt, die aufgrund der vorstehenden oder einer vorhergehenden Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats ganz oder teilweise unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre auch in anderer Weise als über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionäre 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. Ferner ist der Vorstand ermächtigt, die vorstehend beschriebenen eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats ganz oder teilweise unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre als Gegen- oder Teilgegenleistung im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder zum Erwerb von Unternehmen, Beteiligungen an Unternehmen (einschließlich der Erhöhung von Beteiligungen) oder Unternehmensteilen zu verwenden. Er kann außerdem die vorstehend beschriebenen eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats ganz oder teilweise unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre verwenden, um die Bezugs- und/oder Umtauschrechte aus von der Gesellschaft oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften ausgegebenen Wandel- bzw. Optionsschuldverschreibungen zu erfüllen. Zudem ist der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die vorstehend beschriebenen 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 Investoren, Aktien der Gesellschaft anzubieten und/oder den Aktionärskreis der Gesellschaft zu erweitern sowie die erworbenen eigenen Aktien als Gegenleistung für den Erwerb von Unternehmen, Unternehmensbeteiligungen (einschließlich der Erhöhung von Beteiligungen) oder im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen, d.h. gegen Sachleistung, zu begeben.

Prognosebericht

Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenfaktoren

Die Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung für die nächsten Jahre unterliegt weiterhin einer erheblichen Unsicherheit. Nach der schwersten Rezession der letzten Jahrzehnte sind jedoch Erholungsansätze sichtbar. Für unsere Planungen gehen wir daher von einer sich wieder stabilisierenden Konjunktur in den Jahren 2010 und 2011 aus, wobei sich regional deutliche Unterschiede hinsichtlich Geschwindigkeit und Stärke der Entwicklung zeigen werden.

In den USA, Westeuropa sowie Deutschland erwarten wir für 2010 wieder leichtes Wachstum. Für die Wachstumsregionen Asien (ohne Japan), Osteuropa und Lateinamerika ist davon auszugehen, dass die Wachstumsdynamik wieder an Fahrt gewinnt, jedoch noch nicht zum Ausgangsniveau zurückfinden wird. Wir erwarten, dass der Konsum des kommenden Jahres nur wenig steigen wird. In wesentlichen Industriebereichen, wie z.B. der Automobilindustrie, werden die Auswirkungen der Krise weiter deutlich sichtbar sein.

In den globalen Beschaffungsmärkten wird für das Jahr 2010 tendenziell mit kosteninduzierten Preissteigerungen gerechnet. Zunehmende Unternehmenskonsolidierungen in strategischen Beschaffungsmärkten verstärken diese Entwicklung.

Branchenentwicklung

Die Wachstumsrate des weltweiten Kosmetikmarkts wird sich nach unserer Einschätzung leicht verbessern, aber noch deutlich unter dem langfristigen Trend bleiben. In den großen saturierten Märkten Westeuropas rechnen wir mit einer leichten Belebung. Nordamerika dürfte bestenfalls stagnieren. In Osteuropa und Asien wird sich das Wachstum voraussichtlich wieder beschleunigen.

Für die weltweite Entwicklung des Klebebandmarkts gehen wir nach dem Markteinbruch in 2009 davon aus, dass 2010 und möglicherweise auch 2011 noch nicht wieder das Niveau von 2008 erreicht werden wird. Für Asien, Lateinamerika und Osteuropa erwarten wir eine Rückkehr zu der aus der Vorkrisenzeit bekannten Entwicklung, während in Westeuropa und Nordamerika von einem mehrjährigen Erholungsprozess auf deutlich reduziertem Niveau auszugehen ist.

Unsere Chancen im Markt

Auch in der beschriebenen wirtschaftlichen Situation ergeben sich Chancen für die geschäftliche Entwicklung von Beiersdorf. Die Basis dafür bildet unsere international ausgerichtete strategische Positionierung, insbesondere durch unsere starke Fokussierung auf unsere Marken sowie die zunehmende Präsenz in Wachstumsmärkten. Dabei verbinden wir Umsatzwachstum, nachhaltige Ertragsstärke und eine solide Finanzstruktur mit der Stabilisierung unseres innovativen Vorsprungs durch umfangreiche Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Wir setzen weiter auf unseren Strom von Innovationen. Die sorgfältige und nachhaltige Entwicklung unserer Marken schafft in ganz besonderem Maße Vertrauen beim Verbraucher: NIVEA wurde 2009 von Reader's Digest erneut zur „Most Trusted Brand“ gewählt – ein Wettbewerbsvorteil, der vor allem bei der jetzigen Branchenentwicklung weitreichende Chancen bietet. Dies bildet zusammen mit dem Engagement und der Qualität unserer Mitarbeiter die Grundlage dafür, dass wir Chancen erkennen und nutzen können.

Geschäftsentwicklung

Die Einschätzung der Geschäftsentwicklung der nächsten Jahre basiert auf den oben geschilderten Annahmen. Auf Basis der bestehenden strategischen Ausrichtung soll der **Konzern** auch in Zukunft organisch stärker als der Markt wachsen. Die EBIT-Umsatzrendite wollen wir wieder steigern.

Der Unternehmensbereich **Consumer** will in den nächsten Jahren organisch deutlich über dem Markt wachsen. Die Länder China, Russland und Brasilien sind hier weiterhin von besonderer Bedeutung. In diesen stark wachsenden Märkten sehen wir gute Chancen, unsere Marktanteile in den nächsten Jahren deutlich zu steigern. Speziell in China werden wir mit starken Marketinginvestitionen das Umsatzwachstum unserer neuen chinesischen Haarpflege- und Stylingmarken weiter fördern. Wir streben an, unsere EBIT-Umsatzrendite in den nächsten Jahren wieder zu steigern.

Auch in einem krisenbedingt weiterhin schwierigen wirtschaftlichen Umfeld geht **tesa** für die kommenden Jahre von leicht über dem Marktwachstum liegenden Umsatzentwicklungen aus. Die allgemeine Marktposition schätzen wir aufgrund der anhaltend hohen Innovationsrate und der kontinuierlichen Investitionen in Entwicklungs-, Produktions- und Vermarktungsstrukturen als sehr stabil ein. Um die Marktposition zu stärken, werden wir die Investitionsprojekte mit großer Intensität weiterführen. Wir gehen davon aus, dass die in 2009 eingeleiteten Maßnahmen ihre Wirkung zeigen werden und sich die EBIT-Umsatzrendite in den nächsten Jahren gegenüber 2009 erhöht.

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

Hamburg, 9. Februar 2010

Beiersdorf AG
Der Vorstand

03

GESCHÄFTSBERICHT 2009

Konzern- abschluss



www.Geschaeftsbericht.Beiersdorf.de/
Konzernabschluss

Gewinn- und Verlustrechnung Konzern

IN MIO. €

	Anhang	2008	2009
Umsatzerlöse	01	5.971	5.748
Kosten der umgesetzten Leistungen		-1.979	-1.882
Brutto-Ergebnis vom Umsatz		3.992	3.866
Marketing- und Vertriebskosten	02	-2.874	-2.766
Forschungs- und Entwicklungskosten		-149	-149
Allgemeine Verwaltungskosten	03	-292	-283
Sonstige betriebliche Erträge	04	108	94
Sonstige betriebliche Aufwendungen	05	-89	-175
Sondereffekte aus Divestments	06	96	-
Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	06	5	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		797	587
Zinserträge	07	47	21
Zinsaufwendungen	07	-14	-15
Pensionsergebnis	07	8	-2
Übriges Finanzergebnis	07	-16	-8
Finanzergebnis	07	25	-4
Ergebnis vor Steuern		822	583
Ertragsteuern	08	-255	-203
Jahresüberschuss		567	380
Ergebnis der Anteilseigner der Beiersdorf AG		562	374
Ergebnis anderer Gesellschafter	09	5	6
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	10	2,48	1,65

Gesamtergebnisrechnung

IN MIO. €

	2008	2009
Jahresüberschuss	567	380
Veränderung der Marktbewertung von Cashflow Hedges	26	-38
Latente Steuern auf die Veränderung der Marktbewertung von Cashflow Hedges	-11	16
<i>Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags aus der Marktbewertung von Cashflow Hedges</i>	15	-22
Veränderung der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	6	2
Latente Steuern auf die Veränderung der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	-2	-1
<i>Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags aus der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten</i>	4	1
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-29	27
Übrige direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen	8	-
Latente Steuern auf übrige direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen	-4	-
<i>Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags aus übrigen im Eigenkapital erfassten Erträgen und Aufwendungen</i>	4	-
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	-6	6
Gesamtergebnis	561	386
Davon entfallen auf		
– Anteilseigner der Beiersdorf AG	554	380
– andere Gesellschafter	7	6

Bilanz Konzern

IN MIO. €

Aktiva	Anhang	31.12.2008	31.12.2009
Immaterielle Vermögenswerte*	12	398	382
Sachanlagen	13	727	725
Langfristige finanzielle Vermögenswerte		11	10
Sonstige langfristige Vermögenswerte		4	2
Latente Steueransprüche	8	36	58
Langfristige Vermögenswerte		1.176	1.177
Vorräte	14	634	561
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	15	894	906
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte		128	91
Ertragsteuerforderungen		45	41
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte		81	96
Wertpapiere	16	897	955
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	17	613	767
Kurzfristige Vermögenswerte		3.292	3.417
		4.468	4.594
Passiva			
	Anhang	31.12.2008	31.12.2009
Gezeichnetes Kapital	19	252	252
Kapitalrücklage	22	47	47
Gewinnrücklagen	23	2.280	2.450
Kumuliertes sonstiges Konzernergebnis	24	-129	-123
Anteile der Anteilseigner der Beiersdorf AG		2.450	2.626
Anteile anderer Gesellschafter	25	10	10
Eigenkapital		2.460	2.636
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	26	235	221
Sonstige langfristige Rückstellungen	27	131	138
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	28	72	7
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	28	6	5
Latente Steuerverbindlichkeiten*	8	164	161
Langfristiges Fremdkapital		608	532
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	27	363	391
Ertragsteuerverbindlichkeiten		99	107
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	28	690	699
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	28	174	158
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	28	74	71
Kurzfristiges Fremdkapital		1.400	1.426
		4.468	4.594

*Angepasste Vorjahreswerte.

Kapitalflussrechnung Konzern

IN MIO. €

	2008	2009
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	797	587
Auszahlungen für Ertragsteuern	-215	-205
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen	114	135
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)	-32	-9
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen	-144	-1
Brutto-Cashflow	520	507
Veränderung der Vorräte	-36	73
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	-121	-2
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen	105	-12
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	468	566
Auszahlungen für Investitionen	-161	-125
Auszahlungen für Akquisitionen (abzgl. übernommener Zahlungsmittel)	-18	-
Einzahlungen aus Divestments und dem Verkauf von Anlagevermögen	224	12
Auszahlungen für den Erwerb von Wertpapieren	-897	-804
Einzahlungen aus dem Verkauf von Wertpapieren	-	751
Zinseinzahlungen	47	18
Dividenden- und sonstige Finanzeinzahlungen	11	18
Cashflow aus investiver Tätigkeit	-794	-130
Free-Cashflow	-326	436
Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten	110	75
Auszahlungen aus der Tilgung von Krediten	-82	-109
Zinsauszahlungen	-11	-15
Sonstige Finanzauszahlungen	-27	-26
Auszahlung Dividende Beiersdorf AG	-159	-204
Auszahlung Dividende an andere Gesellschafter	-6	-6
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-175	-285
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	-3	3
Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-504	154
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	1.117	613
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.12.	613	767

Eigenkapitalveränderungsrechnung Konzern

IN MIO. €

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen*
01.01.2008	252	47	1.877
Gesamtergebnis der Periode	-	-	562
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-159
Dividende an andere Gesellschafter für das Vorjahr	-	-	-
31.12.2008 = 01.01.2009	252	47	2.280
Gesamtergebnis der Periode	-	-	374
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-204
Dividende an andere Gesellschafter für das Vorjahr	-	-	-
31.12.2009	252	47	2.450

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

Kumuliertes sonstiges Konzernergebnis

	Unterschied aus der Währungs- umrechnung	Sicherungs- instrumente aus der Absicherung von Zahlungsströmen	Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	Übriges sonstiges Ergebnis	Summe der Anteilseigner	Anteile anderer Gesellschafter	Gesamt
	-123	6	-	-4	2.055	9	2.064
	-31	15	4	4	554	7	561
	-	-	-	-	-159	-	-159
	-	-	-	-	-	-6	-6
	-154	21	4	-	2.450	10	2.460
	27	-22	1	-	380	6	386
	-	-	-	-	-204	-	-204
	-	-	-	-	-	-6	-6
	-127	-1	5	-	2.626	10	2.636

Segmentberichterstattung Konzern

IN MIO. €

Unternehmensbereiche 2009		Consumer	tesa	Konzern
Außenumsatz		5.011	737	5.748
Veränderung zum Vorjahr (nominal)	(in %)	-2,2	-12,8	-3,7
Veränderung zum Vorjahr (wechsellkursbereinigt)	(in %)	-1,0	-12,2	-2,6
Anteil am Konzernumsatz	(in %)	87,2	12,8	100,0
EBITDA		654	68	722
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		558	29	587
In % vom Umsatz		11,1	3,9	10,2
Operatives Brutto-Vermögen		2.237	477	2.714
Operative Verbindlichkeiten		1.175	160	1.335
EBIT-Rendite auf das operative Netto-Vermögen	(in %)	52,6	9,1	42,6
Brutto-Cashflow		440	67	507
Investitionen		84	41	125
Abschreibungen		96	39	135
Forschungs- und Entwicklungskosten		116	33	149
Mitarbeiter	(Anzahl am 31.12.2009)	16.648	3.698	20.346

Unternehmensbereiche 2008		Consumer	tesa	Konzern
Außenumsatz		5.125	846	5.971
Veränderung zum Vorjahr (nominal)	(in %)	10,0	0,0	8,4
Veränderung zum Vorjahr (wechsellkursbereinigt)	(in %)	12,3	1,3	10,6
Anteil am Konzernumsatz	(in %)	85,8	14,2	100,0
EBITDA		805	106	911
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		716	81	797
In % vom Umsatz		14,0	9,6	13,4
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)*		615	81	696
In % vom Umsatz		12,0	9,6	11,7
Operatives Brutto-Vermögen		2.355	480	2.835
Operative Verbindlichkeiten		1.211	128	1.339
EBIT-Rendite auf das operative Netto-Vermögen	(in %)	62,6	23,6	53,6
Brutto-Cashflow		450	70	520
Investitionen		122	36	158
Abschreibungen		89	25	114
Forschungs- und Entwicklungskosten		123	26	149
Mitarbeiter	(Anzahl am 31.12.2008)	17.865	3.901	21.766

*Die Sondereffekte betreffen Erträge bzw. Aufwendungen im Rahmen der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain sowie Erträge aus Divestments.

IN MIO. €

Regionen 2009	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Konzern
Außenumsatz	3.767	851	1.130	5.748
Veränderung zum Vorjahr (nominal) (in %)	-7,9	2,3	7,6	-3,7
Veränderung zum Vorjahr (wechsellkursbereinigt) (in %)	-4,9	2,6	2,4	-2,6
Anteil am Konzernumsatz (in %)	65,5	14,8	19,7	100,0
EBITDA	640	31	51	722
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	535	20	32	587
In % vom Umsatz	14,2	2,4	2,8	10,2
Operatives Brutto-Vermögen	1.765	358	591	2.714
Operative Verbindlichkeiten	910	152	273	1.335
EBIT-Rendite auf das operative Netto-Vermögen (in %)	62,6	10,0	9,9	42,6
Brutto-Cashflow	477	10	20	507
Investitionen	93	13	19	125
Abschreibungen	105	11	19	135
Forschungs- und Entwicklungskosten	146	1	2	149
Mitarbeiter (Anzahl am 31.12.2009)	10.741	2.152	7.453	20.346
Regionen 2008	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Konzern
Außenumsatz	4.090	832	1.049	5.971
Veränderung zum Vorjahr (nominal) (in %)	4,6	6,3	28,7	8,4
Veränderung zum Vorjahr (wechsellkursbereinigt) (in %)	5,4	11,9	34,2	10,6
Anteil am Konzernumsatz (in %)	68,5	13,9	17,6	100,0
EBITDA	795	64	52	911
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	711	53	33	797
In % vom Umsatz	17,4	6,4	3,1	13,4
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)*	632	37	27	696
In % vom Umsatz	15,4	4,5	2,6	11,7
Operatives Brutto-Vermögen	1.943	331	561	2.835
Operative Verbindlichkeiten	901	122	316	1.339
EBIT-Rendite auf das operative Netto-Vermögen (in %)	68,8	25,6	13,4	53,6
Brutto-Cashflow	462	36	22	520
Investitionen	116	13	29	158
Abschreibungen	84	10	20	114
Forschungs- und Entwicklungskosten	144	2	3	149
Mitarbeiter (Anzahl am 31.12.2008)	11.194	2.431	8.141	21.766

* Die Sondereffekte betreffen Erträge bzw. Aufwendungen im Rahmen der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain sowie Erträge aus Divestments.

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. Das oberste Mutterunternehmen der Gesellschaft ist die maxingvest ag, Hamburg (Deutschland).

Die Aktivitäten der Beiersdorf AG und ihrer Tochtergesellschaften („Beiersdorf Konzern“) umfassen im Wesentlichen die Herstellung und den Vertrieb von Markenartikelprodukten in den Bereichen Haut- und Schönheitspflege sowie die Herstellung und den Vertrieb von technischen Klebebändern.

Der Konzernabschluss der Beiersdorf AG für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2009 wurde am 9. Februar 2010 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 § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften aufgestellt. Es wurden alle IFRS und IFRIC beachtet, die zum 31. Dezember 2009 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 Kategorie „zur Veräußerung verfügbar“ und „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“ sowie derivative Finanzinstrumente, die jeweils zu beizulegenden Zeitwerten bewertet werden, sofern diese verlässlich bestimmbar sind.

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Umsatzkostenverfahren erstellt. Um die Klarheit der Darstellung in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie in der Bilanz zu verbessern, wurden einzelne Posten zusammengefasst. Diese Posten werden im Anhang gesondert ausgewiesen und erläutert.

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: der Wertminderung von Geschäfts- oder Firmenwerten und immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer (Abschnitt 12 „Immaterielle Vermögenswerte“), der Wertberichtigung zweifelhafter Forderungen (Abschnitt 15 „Forderungen aus Lieferungen und Leistungen“), den versicherungsmathematischen Parametern bei der Berechnung des Aufwands aus leistungsorientierten Plänen sowie der Barwert von Pensionsverpflichtungen (Abschnitt 26 „Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen“), der Ermittlung der Höhe der aktivierungsfähigen latenten Steueransprüche (Abschnitt 8 „Ertragsteuern“) und der Berechnung der sonstigen Rückstellungen (Abschnitt 27 „Sonstige Rückstellungen“).

Darüber hinaus werden Schätzungen und Annahmen insbesondere bei der Bestimmung von Nutzungsdauern von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen, die einer jährlichen Überprüfung unterliegen, und der Bewertung der Vorräte vorgenommen. Die tatsächlichen Werte können von den Schätzungen abweichen. Änderungen werden zum Zeitpunkt einer besseren Kenntnis erfolgswirksam 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 ihrer beizulegenden Zeitwerte zum Erwerbszeitpunkt verteilt. Ein Überschuss der Anschaffungskosten der Beteiligung über die anteiligen Nettozeitwerte der identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden wird als Geschäfts- oder Firmenwert bilanziert.

Anteile anderer Gesellschafter am Ergebnis und Eigenkapital von Tochterunternehmen werden gesondert in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung und innerhalb des Eigenkapitals in der Konzernbilanz ausgewiesen. Beim Erwerb weiterer Anteile von Tochterunternehmen wird der Unterschiedsbetrag zwischen den Anschaffungskosten

dieser Anteile und dem zuvor im Konzern für diese Anteile ausgewiesenen Minderheitenanteil erfolgsneutral im Eigenkapital 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. Für Konsolidierungsmaßnahmen mit ertragsteuerlichen Auswirkungen werden latente Steuern angesetzt.

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 (Mio. €) gerundet.

Jedes Unternehmen innerhalb des Konzerns legt seine eigene funktionale Währung fest. Die im Abschluss des jeweiligen Unternehmens enthaltenen Posten werden unter Verwendung dieser funktionalen Währung bewertet. Fremdwährungstransaktionen werden zunächst zum am Tag des Geschäftsvorfalles gültigen Kassakurs zwischen der funktionalen Währung und der Fremdwährung 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.

Da die ausländischen Tochtergesellschaften ihr Geschäft in finanzieller, wirtschaftlicher und organisatorischer Hinsicht selbständig betreiben, entspricht die funktionale Währung jeweils der Landeswährung.

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 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 den nachfolgend stehenden Tabellen aufgeführt:

ENTWICKLUNG DER WECHSELKURSE // 1 € =

	ISO-Code	Durchschnittskurse	
		2008	2009
Schweizer Franken	CHF	1,5786	1,5076
Chinesischer Yuan	CNY	10,2301	9,5370
Britisches Pfund	GBP	0,8038	0,8900
Japanischer Yen	JPY	151,4825	130,6283
Polnischer Zloty	PLN	3,5383	4,3469
US-Dollar	USD	1,4741	1,3963

ENTWICKLUNG DER WECHSELKURSE // 1 € =

	ISO-Code	Stichtagskurse	
		2008	2009
Schweizer Franken	CHF	1,4860	1,4836
Chinesischer Yuan	CNY	9,6090	9,8350
Britisches Pfund	GBP	0,9600	0,8881
Japanischer Yen	JPY	126,4000	133,1600
Polnischer Zloty	PLN	4,1823	4,1045
US-Dollar	USD	1,3977	1,4406

Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen grundsätzlich den im Vorjahr angewandten Methoden. Aus der erstmalig verpflichtenden Anwendung der überarbeiteten Standards IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“, IAS 23 „Fremdkapitalkosten“, IFRS 7 „Finanzinstrumente: Angaben“, IFRIC 13 „Kundenbindungsprogramme“ sowie „Verbesserungen von IFRS 2008“ im Geschäftsjahr 2009 ergaben sich mit der Ausnahme erweiterter Anhangangaben keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

Folgende für die Geschäftstätigkeit des Konzerns relevante Standards und Interpretationen sind zum 31. Dezember 2009 veröffentlicht, aber zu diesem Stichtag noch nicht verpflichtend anzuwenden:

- IAS 27 „Konzern- und separate Einzelabschlüsse“ (ab/nach 01.07.2009)
- IFRS 3 „Unternehmenszusammenschlüsse“ (ab/nach 01.07.2009)
- IFRS 9 „Financial Instruments“ (ab/nach 01.01.2013)
- „Verbesserungen von IFRS 2009“ (ab/nach 01.01. bzw. 01.07.2010)

Die Umsetzung erfolgt spätestens im Jahr der erstmalig verpflichtenden Anwendung. Mit der Ausnahme zusätzlicher bzw. modifizierter Anhangangaben werden bei der erstmaligen Anwendung keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss erwartet. Die Auswirkungen des IFRS 9 werden derzeit noch analysiert.

Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Die **Umsatzerlöse** werden realisiert, wenn die Waren und Erzeugnisse geliefert und die mit dem Eigentum verbundenen maßgeblichen Risiken und Chancen auf den Käufer übergegangen sind. Skonti, Kundenboni und Rabatte werden von den Umsatzerlösen abgesetzt. Die Existenz von Rücklieferrechten wird bei der Realisierung und Bemessung der Umsatzerlöse berücksichtigt.

Die **Kosten der umgesetzten Leistungen** umfassen die Kosten der umgesetzten, selbst erstellten Erzeugnisse und die Einstandskosten der verkauften Handelswaren. Die Kosten 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 die Abwertungen auf Vorräte enthalten.

Die **Marketing- und Vertriebskosten** enthalten die Kosten für Marketing, Vertriebsorganisation sowie Vertriebslogistik. Diese Position enthält auch die Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

Die **Kosten für Forschung und Entwicklung** enthalten die Kosten der Forschung sowie der Produkt- und Verfahrensentwicklung inklusive der Aufwendungen für Fremdleistungen. Bei Entwicklungsprojekten wird geprüft, ob die in IAS 38 aufgeführten Kriterien zur Aktivierung von selbst geschaffenen immateriellen Vermögenswerten erfüllt sind. Entwicklungskosten, die diese Kriterien nicht erfüllen, werden vollständig als Periodenaufwand erfasst.

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.

Die **Sachanlagen** 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

Produktionsgebäude	25 bis 33 Jahre
Übrige Gebäude	10 bis 25 Jahre
Technische Anlagen und Maschinen	5 bis 15 Jahre
Fahrzeuge	4 Jahre
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 bis 15 Jahre

Die Herstellungskosten selbst erstellter 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.

Eine **Überprüfung der Werthaltigkeit** erfolgt bei Geschäfts- oder Firmenwerten sowie immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer mindestens jährlich, bei sonstigen immateriellen Vermögenswerten mit begrenzter Nutzungsdauer sowie bei Sachanlagen nur bei Vorliegen konkreter Anhaltspunkte. Eine Wertminderung wird ergebniswirksam erfasst, soweit der erzielbare Betrag des Vermögenswerts den Buchwert unterschreitet. Der erzielbare Betrag wird für jeden Vermögenswert grundsätzlich einzeln ermittelt. Sofern ein Vermögenswert keine weitgehend von anderen Vermögenswerten unabhängigen Mittelzuflüsse erzeugt, erfolgt die Ermittlung auf Basis einer Gruppe von Vermögenswerten, die als zahlungsmittelgenerierende Einheit bestimmt ist. Der erzielbare Betrag ist der höhere Betrag aus Nettoveräußerungswert und Nutzungswert. Der Nettoveräußerungswert entspricht dem Betrag, der aus einem Verkauf eines Vermögenswerts zu marktüblichen Bedingungen

erzielbar ist, abzüglich seiner Veräußerungskosten. Der Nutzungswert wird grundsätzlich auf Basis der geschätzten künftigen Cashflows aus der Nutzung und dem Abgang eines Vermögenswerts mit Hilfe des Discounted-Cashflow-Verfahrens ermittelt. Die Cashflows werden aus der Unternehmensplanung abgeleitet, aktuelle Entwicklungen werden berücksichtigt. Sie werden unter Anwendung risikoäquivalenter Kapitalisierungszinssätze auf den Zeitpunkt der Überprüfung der Werthaltigkeit abgezinst.

Bei Entfall des Grundes für eine in Vorjahren erfasste Wertminderung erfolgt, mit Ausnahme des Geschäfts- oder Firmenwerts, eine Wertaufholung bis höchstens auf die fortgeführten Anschaffungskosten.

Die Bewertung der **Vorräte** erfolgt zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten oder zu dem 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.

Finanzinstrumente sind Verträge, die bei einem Unternehmen zu einem finanziellen Vermögenswert und bei einem anderen Unternehmen zu einer finanziellen Verbindlichkeit führen. Bei dem erstmaligen Ansatz von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten werden diese zu ihrem beizulegenden Zeitwert bewertet. Die Finanzinstrumente im Beiersdorf Konzern sind den Kategorien „Kredite und Forderungen“ (KuF), „Zur Veräußerung verfügbar“ (zVv), „bis zur Endfälligkeit zu halten“ (zEh), „Andere finanzielle Verbindlichkeiten“ (AfV) bzw. „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ (ebZ) zugeordnet. Derivative Finanzinstrumente mit Hedge Beziehung sind gemäß IAS 39 keiner separaten Kategorie zuzuordnen, im Beiersdorf Konzern werden diese unter „Derivative Finanzinstrumente“ (DF) subsumiert.

Kredite und Forderungen sind nicht derivative Finanzinstrumente mit festen oder bestimmaren Zahlungen, die nicht an einem aktiven Markt notiert sind. Sie werden nach ihrer erstmaligen Erfassung grundsätzlich zu

fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode bilanziert.

Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte sind jene nicht derivativen finanziellen Vermögenswerte, die nicht in eine andere Kategorie fallen und als „Zur Veräußerung verfügbar“ klassifiziert wurden. Sie werden grundsätzlich mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Die daraus resultierenden Gewinne und Verluste werden erfolgsneutral im Eigenkapital 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. Die Bewertung erfolgt auf Basis entsprechender Marktwerte oder durch Anwendung geeigneter Bewertungsmethoden. Finanzinvestitionen in Eigenkapitalinstrumente, für die kein aktiver Markt existiert und deren Zeitwert nicht verlässlich ermittelt werden kann, sind zu ihren Anschaffungskosten bewertet.

Bis zur Endfälligkeit zu haltende Finanzinvestitionen sind nicht derivative finanzielle Vermögenswerte mit festen oder bestimmaren Zahlungen und einer festen Laufzeit. Sie werden mit den fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode bewertet.

Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Vermögenswerte sind strukturierte Finanzinstrumente, für die der Beiersdorf Konzern von der Nutzung des Wahlrechts der „Fair Value Option“ Gebrauch gemacht hat. Die Ausübung der Option führt zu relevanteren Informationen und reduziert die Komplexität der Bewertung.

Das **Vorliegen einer Wertminderung** wird bei finanziellen Vermögenswerten zu jedem Bilanzstichtag ermittelt. Ein Wertminderungsaufwand sowie mögliche Wertaufholungen in nachfolgenden Perioden werden grundsätzlich sofort erfolgswirksam erfasst. Für zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte wird eine Wertberichtigung nur bei signifikanter oder dauerhafter Wertminderung erfasst. Wertaufholungen werden für entsprechende Eigenkapitalinstrumente direkt im sonstigen Ergebnis erfasst. Bei Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen finanziellen Vermögenswerten, die als „Kredite und Forderungen“ klassifiziert sind, werden erkennbare Risiken durch angemessene Wertminderungen berücksichtigt. Die Schätzung der Wertminderung bei Forderungen basiert hauptsächlich auf den Ergebnissen des bisherigen Zahlungsverhaltens, der Berücksichtigung der Altersstruktur, einer substanziellen

Verschlechterung der Kreditwürdigkeit oder einer hohen Wahrscheinlichkeit für die Insolvenz eines Schuldners und der Veränderungen politischer und makroökonomischer Rahmenbedingungen.

Andere finanzielle Verbindlichkeiten werden nach ihrer erstmaligen Erfassung unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten 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 Monaten eingestuft.

Ausbuchungen finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten erfolgen, wenn die Verfügungsmacht über die vertraglichen Rechte verloren bzw. die zugrunde liegende Verpflichtung erfüllt, gekündigt oder erloschen ist.

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 die Voraussetzungen zur Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen gemäß IAS 39 erfüllen. Sind diese Voraussetzungen trotz Vorliegens eines wirtschaftlichen Sicherungszusammenhangs nicht gegeben, werden die Zeitwertänderungen der derivativen Finanzinstrumente unmittelbar erfolgswirksam erfasst.

Für derivative Finanzinstrumente, die als Sicherungsinstrumente bestimmt wurden und die Voraussetzungen für die Bilanzierung einer Sicherungsbeziehung für die Absicherung von Zahlungsströmen erfüllen (Cashflow Hedge), 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.

Die **beizulegenden Zeitwerte der Finanzinstrumente** werden auf Basis entsprechender Marktwerte oder durch Anwendung geeigneter Bewertungsmethoden bestimmt. Bei mit fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierten Finanzinstrumenten erfolgt die Bestimmung des Zeitwerts auf Grundlage der erwarteten Zahlungsströme unter Anwendung der zum Bilanzstichtag herrschenden risiko- und laufzeitkongruenten Referenzzinssätze. Die Zeitwerte der derivativen Finanzinstrumente werden auf Grundlage der zum Bilanzstichtag bestehenden Fremdwährungsterminkurse unter Berücksichtigung von risiko- und laufzeitkongruenten Referenzzinssätzen ermittelt.

Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen und damit in Verbindung stehende Rückstellungen und Verbindlichkeiten werden als gesonderte Posten in der Bilanz ausgewiesen, wenn deren Veräußerung wahrscheinlich ist und die Vermögenswerte in ihrem jetzigen Zustand zur sofortigen Veräußerung verfügbar sind. Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte werden mit dem niedrigeren Wert aus Buchwert und beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten angesetzt.

Die **Pensionsverpflichtungen** für die beitragsorientierten Altersversorgungspläne werden ergebniswirksam erfasst. Für die leistungsorientierten Altersversorgungspläne werden sie nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren berechnet. Die zu erwartenden Versorgungsleistungen werden über die gesamte Beschäftigungszeit der Mitarbeiter verteilt. Die versicherungsmathematische Berechnung der Pensionsverpflichtungen berücksichtigt Marktzinssätze sowie Lohn-/Gehalts-, Renten- und Fluktuationstrends.

Die Bewertung richtet sich nach den landesspezifischen Bedingungen. Der als Rückstellung erfasste Betrag umfasst die Summe des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtung und der nicht ergebniswirksam erfassten versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste abzüglich des noch nicht erfassten nachzuerrechnenden Dienstzeitaufwands und des beizulegenden Zeitwerts des zur unmittelbaren Erfüllung von Verpflichtungen vorhandenen Planvermögens.

Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden, soweit sie 10 % des Barwerts der Verpflichtungen und des Zeitwerts des Planvermögens nicht übersteigen, grundsätzlich nicht bilanziert. Der 10 % übersteigende Betrag wird ab dem Folgejahr über die durchschnittliche

Restdienstzeit der Mitarbeiter amortisiert. Nachzurechnender Dienstzeitaufwand wird linear über den durchschnittlichen Zeitraum bis zum Eintritt der Unverfallbarkeit der Anwartschaft amortisiert.

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.

Rückstellungen für Altersteilzeitvereinbarungen werden im Konzernabschluss als Verpflichtungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses behandelt und in Höhe des Barwerts der erwarteten zukünftigen zusätzlichen Zahlungen angesetzt. Bei der Bemessung der Rückstellungen werden die bereits mit den Arbeitnehmern abgeschlossene Altersteilzeitverhältnisse berücksichtigt.

Für Restrukturierungsmaßnahmen werden Rückstellungen gebildet, wenn ein detaillierter, formaler Restrukturierungsplan besteht und bei den Betroffenen eine gerechtfertigte Erwartung geweckt wurde, dass die Restrukturierungsmaßnahmen durchgeführt werden. Bei der Bewertung der Restrukturierungsrückstellungen werden nur die Aufwendungen berücksichtigt, die unmittelbar im Rahmen der Restrukturierung entstehen und nicht mit den laufenden Aktivitäten des Unternehmens im Zusammenhang stehen.

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. 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 erfasst. Latente Steuerforderungen und latente Steuerverbindlichkeiten werden saldiert, wenn sie gegenüber derselben Steuerbehörde bestehen und dieselbe Fristigkeit besitzen.

Bei den vom Konzern als **Leasingnehmer** abgeschlossenen Leasingverträgen verbleiben im Wesentlichen alle mit dem Eigentum verbundenen Risiken und Chancen beim Leasinggeber. Sie werden daher als Operating-Leasingverhältnisse klassifiziert. Leasingzahlungen hierfür werden linear über die Laufzeit des Leasingverhältnisses als Aufwand der Periode in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

ZUSAMMENFASSUNG AUSGEWÄHLTER BEWERTUNGSMETHODEN

Bilanzposten	Bewertungsmethode
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	
„Kredite und Forderungen“	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
„bis zur Endfälligkeit zu halten“	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
„zur Veräußerung verfügbar“	Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert
„erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert
Vorräte	Niedrigerer Wert aus Anschaffungskosten und Nettoveräußerungswert
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	Nennwert
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

Konsolidierungskreis, Akquisitionen und Divestments

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss werden neben der Beiersdorf AG 19 deutsche und 139 internationale Gesellschaften einbezogen, bei denen die Beiersdorf AG mittelbar oder unmittelbar die Möglichkeit hat, die Finanz- und Geschäftspolitik zu bestimmen und wirtschaftlichen Nutzen aus deren Tätigkeit zu ziehen.

Im Geschäftsjahr wurden drei Gesellschaften auf andere Konzerngesellschaften verschmolzen und drei Gesellschaften geschlossen.

Die wesentlichen in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen sind nachfolgend aufgeführt. Eine vollständige Aufstellung des Anteilsbesitzes der Beiersdorf AG erfolgt gesondert.

WESENTLICHE KONZERNGESELLSCHAFTEN

Deutschland

Name der Gesellschaft	Sitz	Kapitalanteil (in %)
Beiersdorf Manufacturing Berlin GmbH	Berlin	100,0
Beiersdorf Manufacturing Hamburg GmbH	Hamburg	100,0
Beiersdorf Customer Supply GmbH	Hamburg	100,0
Juvena Produits de Beauté GmbH	Baden-Baden	100,0
tesa SE	Hamburg	100,0
tesa Werk Hamburg GmbH	Hamburg	100,0
tesa Werk Offenburg GmbH	Offenburg	100,0
Florena Cosmetic GmbH	Waldheim	100,0

Übriges Europa

Name der Gesellschaft	Sitz	Kapitalanteil (in %)
Beiersdorf Ges. mbH	AT, Wien	100,0
SA Beiersdorf NV	BE, Brüssel	100,0
tesa Bandfix AG	CH, Bergdietikon	100,0
Beiersdorf AG	CH, Münchenstein	100,0
Juvena (International) AG	CH, Volketswil, Zürich	100,0
Beiersdorf spol. s. r.o.	CZ, Prag	100,0
Beiersdorf S.A.	ES, Argentona (Barcelona)	100,0
BDF Nivea S.A.	ES, Tres Cantos (Madrid)	100,0
Beiersdorf s.a.s.	FR, Paris	99,9
Beiersdorf UK Ltd.	GB, Birmingham	100,0
Beiersdorf Hellas AE	GR, Gerakas, Attikis	100,0
Beiersdorf d.o.o.	HR, Zagreb	100,0
Beiersdorf SpA	IT, Mailand	100,0
Comet SpA	IT, Solbiate-Concagno	100,0
Beiersdorf NV	NL, Baarn	100,0
Beiersdorf Manufacturing Poznan Sp.z.o.o.	PL, Poznan	100,0
NIVEA Polska Sp. z o.o.	PL, Poznan	100,0
Beiersdorf Portuguesa, Limitada	PT, Queluz de Baixo	100,0
Beiersdorf Romania SRL	RO, Bukarest	100,0
Beiersdorf d.o.o. Beograd	RS, Belgrad	100,0
Beiersdorf OOO	RU, Moskau	100,0
Beiersdorf Aktiebolag	SE, Göteborg	100,0

WESENTLICHE KONZERNGESELLSCHAFTEN

Amerika

Name der Gesellschaft	Sitz	Kapitalanteil (in %)
Beiersdorf S.A.	AR, Buenos Aires	100,0
BDF NIVEA LTDA.	BR, São Paulo	100,0
Beiersdorf Industria e Comercio Ltda.	BR, São Paulo	100,0
Beiersdorf Canada Inc.	CA, Quebec	100,0
Beiersdorf S.A.	CL, Santiago de Chile	100,0
Beiersdorf S.A.	CO, Bogotá	100,0
BDF México, S.A. de C.V.	MX, Mexiko Stadt	100,0
tesa tape inc.	US, Charlotte, NC	100,0
La Prairie, Inc.	US, New York, NY	100,0
Beiersdorf Inc.	US, Wilton, CT	100,0

Afrika/Asien/Australien

Name der Gesellschaft	Sitz	Kapitalanteil (in %)
Beiersdorf Middle East FZCO	AE, Dubai	100,0
Beiersdorf Australia Ltd.	AU, North Ryde, NSW	100,0
C-BONS Hair Care Gruppe	CN, Wuhan	95,0
Nivea (Shanghai) Company Limited	CN, Shanghai	100,0
tesa Shanghai Trading Co. Ltd.	CN, Shanghai	100,0
Nivea-Kao Co., Ltd.	JP, Tokio	60,0
Beiersdorf Singapore Pte. Ltd.	SG, Singapur	100,0
Beiersdorf (Thailand) Co., Ltd.	TH, Bangkok	100,0
Beiersdorf Consumer Products (Pty.) Ltd.	ZA, Westville	100,0

Wesentliche Akquisitionen/Divestments 2009

Im Berichtsjahr wurden im Beiersdorf Konzern keine wesentlichen Akquisitionen oder Divestments durchgeführt.

Wesentliche Akquisitionen 2008*Labtec GmbH*

Am 17. Dezember 2008 hat die tesa AG 100% der Gesellschaftsanteile an der Labtec GmbH, Langenfeld (Deutschland), erworben. Die Gesellschaft wird ab diesem Zeitpunkt voll konsolidiert. Aufgrund der stichtagsnahen Akquisition erfolgte zum 31. Dezember 2008 nur eine vorläufige Kaufpreisallokation. Eine finale Identifizierung und Bestimmung der beizulegenden Zeitwerte der übernommenen Vermögenswerte und Schulden erfolgte gemäß IFRS 3 „Unternehmenszusammenschlüsse“ innerhalb von zwölf Monaten nach Erwerb.

Die Anschaffungskosten einschließlich der Anschaffungsnebenkosten für die Labtec GmbH betragen 19 Mio. €, die in Höhe von 18 Mio. € liquiditätswirksam wurden. Die übernommenen Zahlungsmittel betragen 1 Mio. €.

Bei der Erstkonsolidierung wurden im Rahmen der vorläufigen Kaufpreisallokation lang- und kurzfristige Vermögenswerte von 3 Mio. € bzw. 6 Mio. € sowie lang- und kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten von 2 Mio. € bzw. 7 Mio. € angesetzt. Somit ergab sich zum Zeitpunkt des Erwerbs der Labtec GmbH ein vorläufiger Geschäfts- oder Firmenwert von 19 Mio. €.

Im Rahmen der finalen Kaufpreisallokation wurden die folgenden beizulegenden Zeitwerte der übernommenen Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden erfasst. Die Vergleichsinformationen 2008 wurden entsprechend angepasst:

Der Wert der immateriellen Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer wurde um 27 Mio. € und die latenten Steuerschulden um 9 Mio. € erhöht. Daraus ergab sich eine entsprechende Verringerung des Geschäfts- oder Firmenwerts von 18 Mio. €, so dass sich der gesamte Geschäfts- oder Firmenwert aus dem Unternehmenserwerb zum 31. Dezember 2008 auf 1 Mio. € belief. Der erhöhte Abschreibungsbetrag auf die identifizierten immateriellen Vermögenswerte und der entsprechende Steuereffekt für den Zeitraum vom Erwerbszeitpunkt bis zum 31. Dezember 2008 waren unwesentlich.

Die Erhöhung der immateriellen Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer betrifft primär die beizulegenden Zeitwerte der im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten und aktivierungspflichtigen Entwicklungsprojekte. Diese identifizierten immateriellen Vermögenswerte werden über Nutzungsdauern von 10 bis 13 Jahren linear amortisiert. Der Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 1 Mio. € umfasst maßgeblich das vorhandene Prozess-Know-how in der Auftragsanalytik, welches aufgrund der fehlenden Separierbarkeit nicht gesondert bewertet und angesetzt werden konnte.

Die Labtec GmbH hat im Geschäftsjahr 2008 aufgrund des stichtagsnahen Erwerbs keinen nennenswerten Beitrag zu den Umsatzerlösen und zum Ergebnis des Konzerns geleistet. Sofern der Erwerb der Labtec GmbH zu Beginn des Geschäftsjahres 2008 erfolgt wäre, hätte die Labtec GmbH mit 3 Mio. € zu den Konzernenerlösen und nur mit einem unwesentlichen Betrag zum Konzernjahresüberschuss beigetragen.

Wesentliche Divestments 2008

Futuro-Geschäft

Beiersdorf hat am 20. November 2008 einen Vertrag zum Verkauf des Futuro-Geschäfts an die 3M Company, St. Paul (USA), unterzeichnet, der am 16. Dezember 2008 vollzogen wurde. Das Futuro-Geschäft beinhaltete den Verkauf von Fertigbandagen und Stützstrümpfen, ein Großteil der Umsätze wurde in den USA generiert. Das Futuro-Geschäft war dem Segment Consumer zugeordnet und generierte 2008 einen Umsatz von etwa 41 Mio. €. Mit dem Verkauf wurden langfristige und kurzfristige Vermögenswerte in Höhe von 1 Mio. € bzw. 8 Mio. € an den Käufer übertragen.

BODE Gruppe

Am 20. Oktober 2008 hat Beiersdorf die BODE Gruppe mit Wirkung zum 31. Dezember 2008 an die Paul Hartmann AG, Heidenheim (Deutschland), verkauft. Die BODE Gruppe produzierte und vertrieb Desinfektionsmittel für Hände, Haut, Instrumente und Flächen. Die BODE Gruppe war dem Segment Consumer zugeordnet. Sie erzielte 2008 einen Umsatz in Höhe von etwa 63 Mio. € und ein Ergebnis von etwa 3 Mio. €. Mit dem Verkauf wurden lang- und kurzfristige Vermögenswerte von 14 Mio. € bzw. 23 Mio. € sowie lang- und kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten von 12 Mio. € bzw. 15 Mio. € an den Käufer übertragen.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

01 • Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse lagen im Geschäftsjahr 2009 bei 5.748 Mio. € (Vorjahr: 5.971 Mio. €). Eine Unterteilung der Umsätze und ihre Entwicklung nach Unternehmensbereichen und Regionen ist in der Segmentberichterstattung aufgeführt.

02 • Marketing- und Vertriebskosten

Die Marketing- und Vertriebskosten betragen 2.766 Mio. € (Vorjahr: 2.874 Mio. €). In den Marketing- und Vertriebskosten sind Aufwendungen für Werbung, Handelsmarketing und ähnliche Positionen in Höhe von 1.842 Mio. € (Vorjahr: 1.915 Mio. €) enthalten.

03 • Allgemeine Verwaltungskosten

Die allgemeinen Verwaltungskosten lagen im abgelaufenen Geschäftsjahr bei 283 Mio. € (Vorjahr: 292 Mio. €) und haben sich damit um 3,2 % im Vergleich zum Vorjahr reduziert. In dieser Position werden die Personal- und Sachkosten der Verwaltung sowie die Kosten für externe Dienstleistungen ausgewiesen, soweit sie nicht anderen Funktionsbereichen zugeordnet werden.

04 • Sonstige betriebliche Erträge

IN MIO. €

	2008	2009
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	46	43
Gewinne aus Anlagenabgängen	11	3
Sonstige Erträge	51	48
	108	94

Die sonstigen Erträge enthalten aperiodische Erträge, Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen zu Forderungen und übrige betriebliche Erträge.

05 • Sonstige betriebliche Aufwendungen

IN MIO. €

	2008	2009
Restrukturierungsaufwendungen	8	52
Währungsverluste aus dem operativen Geschäft	2	15
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	5	11
Verluste aus Anlagenabgängen	6	2
Sonstige Aufwendungen	68	95
	89	175

Die Restrukturierungskosten betreffen primär die Maßnahmen zur Kapazitätsanpassung im Unternehmensbereich tesa sowie die Schließung eines Produktionsstandorts

in Nordamerika. Sie beinhalten im Wesentlichen Personalaufwendungen von 21 Mio. € und anlagenbezogene Aufwendungen von 13 Mio. €. Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte beinhalten Wertminderungen in Höhe von 5 Mio. € (Vorjahr: keine). Die sonstigen Aufwendungen enthalten Zuführungen zu Rückstellungen für rechtliche und sonstige Risiken und andere betriebliche Aufwendungen.

06 • Sondereffekte

(Divestments und Consumer Supply Chain)

Die Sondereffekte im Geschäftsjahr 2008 enthielten die Gewinne aus den Veräußerungen des Futuro-Geschäfts und der BODE Gruppe in Höhe von 96 Mio. € sowie Aufwendungen und Erträge im Zusammenhang mit der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain in Europa. Die im Zusammenhang mit der Neuausrichtung erzielten Verkaufserlöse von Produktions- und Logistikstandorten, insbesondere des Werksgeländes der Beiersdorf AG in Hamburg-Hausbruch (Deutschland), überstiegen 2008 die angefallenen Aufwendungen und führten zu Erträgen in Höhe von 5 Mio. €.

07 • Finanzergebnis

IN MIO. €

	2008	2009
Zinserträge	47	21
Zinsaufwendungen	-14	-15
Pensionsergebnis	8	-2
Sonstiges Finanzergebnis	-16	-8
	25	-4

Die Zinserträge resultieren hauptsächlich aus den Positionen „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“ sowie „Wertpapiere“. Die Zinsaufwendungen resultieren im Wesentlichen aus finanziellen Verbindlichkeiten. Aufwendungen aus der Verzinsung der in den Vorjahren erworbenen Pensions- und sonstigen Versorgungsansprüche werden mit Erträgen aus dem Planvermögen sowie der Amortisation nicht bilanzierter versicherungsmathematischer Gewinne und Verluste zusammengefasst.

Das sonstige Finanzergebnis enthält insbesondere Währungsgewinne und -verluste. Zudem ist ein Ertrag in Höhe von 36 Mio. € (Vorjahr: 10 Mio. €) des zuvor erfolgsneutral im Eigenkapital ausgewiesenen Netto-Ergebnisses aus der Marktbewertung von Finanzinstrumenten enthalten.

Gewinne aus der Änderung des beizulegenden Zeitwerts von Finanzinstrumenten der Kategorie „zur Veräußerung verfügbar“ wurden am Bilanzstichtag in Höhe von

8 Mio. € (Vorjahr: 6 Mio. €) ergebnisneutral im Eigenkapital erfasst. In der Kategorie „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“ waren die Gewinne unwesentlich (Vorjahr: keine).

08 • Ertragsteuern

Der Ertragsteueraufwand einschließlich der latenten Steuern setzt sich wie folgt zusammen:

IN MIO. €		
	2008	2009
Tatsächliche Ertragsteuern		
Deutschland	78	72
International	147	141
	225	213
Latente Steuern	30	-10
	255	203

Von den in der Bilanz enthaltenen passiven latenten Steuern wurden 2 Mio. € (Vorjahr: 17 Mio. €) erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst.

Es bestehen steuerliche Verlustvorträge und noch nicht genutzte Steuergutschriften in Höhe von 107 Mio. € (Vorjahr: 64 Mio. €), für die keine aktiven latenten Steuern bilanziert worden sind. Hiervon sind 56 Mio. € (Vorjahr: 45 Mio. €) unbegrenzt vortragsfähig, der Rest ist begrenzt vortragsfähig, größtenteils länger als fünf Jahre.

Auf thesaurierte Gewinne ausländischer Tochtergesellschaften werden grundsätzlich keine latenten Steuern gebildet, 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 der Berücksichtigung der deutschen Besteuerung von ausgeschütteten Dividenden, herangezogen. Im Berichtsjahr sind 4 Mio. € (Vorjahr: 7 Mio. €) passive latente Steuern angesetzt worden.

Die latenten Steuern betreffen die folgenden Bilanzpositionen und Sachverhalte:

ZUORDNUNG DER LATENTEN STEUERN // IN MIO. €

	Latente Steueransprüche		Latente Steuerverbindlichkeit	
	31.12.2008	31.12.2009	31.12.2008	31.12.2009
Langfristige Vermögenswerte	20	22	72	74
Vorräte	18	22	-	-
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	4	11	24	17
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3	3	94	106
Übrige Rückstellungen	19	27	6	7
Verbindlichkeiten	27	32	19	17
Thesaurierte Gewinne	-	-	7	4
Verlustvorträge	3	5	-	-
	94	122	222	225
Saldierungen	-58	-64	-58	-64
Latente Steuern in der Bilanz	36	58	164	161

Angepasste Vorjahreswerte.

Überleitung des tatsächlichen Steueraufwands

Der tatsächliche Steueraufwand liegt bei einer effektiven Steuerquote von 34,9% um 33 Mio. € über dem erwarteten Steueraufwand. Der erwartete Steuersatz wird als gewichteter Durchschnitt aus den Steuersätzen der einzelnen Konzerngesellschaften ermittelt und beträgt 29,2% (Vorjahr: 28,7%). Die Überleitung vom erwarteten zum tatsächlichen Steueraufwand zeigt die folgende Tabelle:

TATSÄCHLICHER STEUERAUFWAND // IN MIO. €		
	2008	2009
Erwarteter Steueraufwand bei einem Steuersatz von 29,2% (Vorjahr: 28,7%)	236	170
Steuerminderungen aufgrund steuerfreier Erträge	-15	-1
Steuererminderungen aufgrund steuerlich nicht abzugsfähiger Aufwendungen	34	24
Steuern Vorjahre	-7	1
Sonstige Steuereffekte	7	9
Tatsächlicher Steueraufwand	255	203

09 • Ergebnis anderer Gesellschafter

Vom Ergebnis stehen anderen Gesellschaftern 6 Mio. € zu (Vorjahr: 5 Mio. €). Andere Gesellschafter sind am Bilanzstichtag im Wesentlichen an Nivea-Kao Co. Ltd., Japan, PT. Beiersdorf Indonesia sowie Beiersdorf India Limited beteiligt.

10 • Unverwässertes/Verwässertes Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie liegt für 2009 bei 1,65 € (Vorjahr: 2,48 €). Basis für die Berechnung ist das Ergebnis nach Steuern ohne das Ergebnis anderer Gesellschafter.

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.

11 • Sonstige Angaben

Materialaufwand

Die Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, bezogene Waren sowie bezogene Leistungen betragen 1.199 Mio. € (Vorjahr: 1.447 Mio. €).

PERSONALAUFWAND // IN MIO. €

	2008	2009
Löhne und Gehälter	751	762
Sonstige finanzielle Aufwendungen für Unterstützung	106	114
Aufwendungen für Altersversorgung	65	71
	922	947

Mitarbeiter

Die Beschäftigten sind in folgenden betrieblichen Funktionsbereichen tätig:

ANZAHL MITARBEITER AM 31.12.

	2008	2009
Produktion	7.191	6.584
Marketing und Vertrieb	10.173	9.406
Andere Funktionen	4.402	4.356
	21.766	20.346

JAHRESDURCHSCHNITT MITARBEITER

	2008	2009
Produktion	7.250	6.849
Marketing und Vertrieb	10.286	10.041
Andere Funktionen	4.345	4.447
	21.881	21.337

Die Aufteilung der Beschäftigten nach den Segmenten des Beiersdorf Konzerns ist in der Segmentberichterstattung dargestellt.

Erläuterungen zur Bilanz

12 • Immaterielle Vermögenswerte

IN MIO. €

	Immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer	Immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer	Geschäfts- oder Firmenwerte	Gesamt
Anschaffungskosten				
Anfangsstand 01.01.2008	401	151	171	723
Währungsänderungen	-3	-	21	18
Veränderung Konsolidierungskreis/Akquisitionen*	27	-	1	28
Zugänge	8	-	-	8
Abgänge	-57	-	-	-57
Umbuchungen	-	-	-	-
Endstand 31.12.2008*	376	151	193	720
Abschreibungen				
Anfangsstand 01.01.2008	362	-	4	366
Währungsänderungen	-4	-	-	-4
Zugänge	16	-	-	16
Abgänge	-56	-	-	-56
Umbuchungen	-	-	-	-
Endstand 31.12.2008	318	-	4	322
Buchwert 31.12.2008	58	151	189	398
Anschaffungskosten				
Anfangsstand 01.01.2009	376	151	193	720
Währungsänderungen	1	-	-3	-2
Veränderung Konsolidierungskreis/Akquisitionen	-	-	-	-
Zugänge	9	-	-	9
Abgänge	-22	-	-	-22
Umbuchungen	4	-	-	4
Endstand 31.12.2009	368	151	190	709
Abschreibungen				
Anfangsstand 01.01.2009	318	-	4	322
Währungsänderungen	1	-	1	2
Zugänge	24	-	1	25
Abgänge	-22	-	-	-22
Umbuchungen	-	-	-	-
Endstand 31.12.2009	321	-	6	327
Buchwert 31.12.2009	47	151	184	382

*Angepasste Vorjahreswerte.

Die Buchwerte der immateriellen Vermögenswerte haben sich im Vergleich zum Vorjahr um 16 Mio. € auf 382 Mio. € (Vorjahr: 398 Mio. €) reduziert.

Die immateriellen Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer enthalten die beim Erwerb der Anteile an C-BONS Hair Care mit übernommenen chinesischen Haarpflegemarken. Aufgrund der geplanten dauerhaften Fortführung der Markenrechte sind diese mit unbestimmter Nutzungsdauer angesetzt. Die Berechnung der Werthaltigkeit der C-BONS Hair Care Marken erfolgt nach der Lizenzpreisanalogiemethode auf Basis eines Nettoveräußerungswerts. Die Veräußerungskosten wurden mit 1 % des Markenwerts angenommen. Der Kalkulation liegt ein Abzinsungssatz von 9,4 % (Vorjahr: 8,8 %) und eine Wachstumsrate jenseits des Planungshorizonts von 2,5 % (Vorjahr: 2,5 %) zu Grunde. Der Planungshorizont wurde mit zwölf Jahren festgelegt, da es sich hier um einen Wachstumsmarkt handelt.

Unverändert zum Vorjahr wurden im Geschäftsjahr keine selbst geschaffenen immateriellen Vermögenswerte aktiviert, da bei den Entwicklungsprojekten die Voraussetzungen für eine Aktivierung gemäß IAS 38 „Immaterielle Vermögenswerte“ nicht erfüllt waren.

Die Geschäfts- oder Firmenwerte beinhalten die derivativen Geschäfts- oder Firmenwerte, die bei den Akquisitionen von C-BONS Hair Care und beim Erwerb der damals noch in Fremdbesitz befindlichen Anteile an der Beiersdorf AG (Schweiz) entstanden sind. Der Buchwert des Vorjahres hat sich durch die finale Kaufpreisallokation der Labtec GmbH um 18 Mio. € verringert. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst. Zum Stichtag reduzierte sich zudem der Geschäfts- oder Firmenwert aus dem Erwerb von C-BONS Hair Care infolge von Wechselkurseffekten auf 141 Mio. € (Vorjahr: 144 Mio. €), für die Beiersdorf AG (Schweiz) blieb er konstant bei 39 Mio. € (Vorjahr: 39 Mio. €).

Zum Zweck des Wertminderungstests wird der im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses erworbene Geschäfts- oder Firmenwert ab dem Erwerbszeitpunkt den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten des Konzerns zugeordnet, die von den Synergieeffekten aus dem Unternehmenszusammenschluss profitieren sollen. Im Beiersdorf Konzern sind dies im Wesentlichen die China Gruppe (NIVEA Shanghai und C-BONS Hair Care) sowie die Beiersdorf AG (Schweiz). Die erzielbaren Beträge der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten wurden auf Basis der Berechnung eines Nutzungswerts (Beiersdorf AG Schweiz) bzw. eines Nettoveräußerungs-

werts (China Gruppe) unter Verwendung von Cashflow-Prognosen ermittelt. Die Veräußerungskosten wurden mit 1 % des Unternehmenswerts angesetzt. Die den Werthaltigkeitstests zu Grunde liegenden geschätzten zukünftigen Cashflows basieren auf der Finanzplanung mit einem Planungshorizont von drei Jahren (Beiersdorf AG Schweiz) bzw. zwölf Jahren (China Gruppe). Cashflows jenseits der Planungsperiode werden unter Anwendung individueller Wachstumsraten unter Berücksichtigung relevanter Marktinformationen extrapoliert. Für die China Gruppe liegt der Wachstumsrate ein Prozentsatz von 2,5 % (Vorjahr: 2,5 %) zu Grunde, für die Beiersdorf AG (Schweiz) von 1,0 % (Vorjahr: 1,0 %). Die zur Diskontierung der geschätzten Cashflows herangezogene gewichtete Kapitalkostensatz liegt für die China Gruppe bei 9,4 % (Vorjahr: 8,8 %). Der Vorsteuer-Diskontierungssatz für die Beiersdorf AG (Schweiz) betrug 11,1 % (Vorjahr: 11,1 %).

Als Ergebnis der Werthaltigkeitstests wurden im Berichtsjahr keine Wertminderungen von Geschäfts- und Firmenwerten oder Markenrechten erfasst.

Die Planungen basieren auf verschiedenen Annahmen für die wesentlichen Schätzparameter. Schätzparameter waren unter anderem Bruttogewinnmargen, Abzinsungssätze, Preisentwicklungen bei Rohstoffen, Marktanteile sowie Wachstumsraten. Auch bei nach vernünftigem Ermessen grundsätzlich möglichen Änderungen dieser Parameter geht der Konzern davon aus, dass der erzielbare Betrag den Buchwert der Geschäfts- oder Firmenwerte bzw. immateriellen Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer übersteigt.

13 • Sachanlagen

IN MIO. €

	Grundstücke, grundstücks- gleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungs-/Herstellungskosten					
Anfangsstand 01.01.2008	619	733	457	39	1.848
Währungsänderungen	-3	6	-5	-1	-3
Veränderung Konsolidierungskreis/Akquisitionen	3	-	-	-	3
Zugänge	11	34	52	53	150
Abgänge	-25	-40	-36	-2	-103
Umbuchungen	22	2	6	-30	-
Endstand 31.12.2008	627	735	474	59	1.895
Abschreibungen					
Anfangsstand 01.01.2008	319	488	342	-	1.149
Währungsänderungen	-	5	-2	-	3
Zugänge	17	42	39	-	98
Abgänge	-17	-33	-32	-	-82
Umbuchungen	-	-	-	-	-
Endstand 31.12.2008	319	502	347	-	1.168
Buchwert 31.12.2008	308	233	127	59	727
Anschaffungskosten					
Anfangsstand 01.01.2009	627	735	474	59	1.895
Währungsänderungen	4	2	3	-	9
Veränderung Konsolidierungskreis/Akquisitionen	-	-	-	-	-
Zugänge	11	29	41	35	116
Abgänge	-8	-59	-60	-1	-128
Umbuchungen	17	17	16	-54	-4
Endstand 31.12.2009	651	724	474	39	1.888
Abschreibungen					
Anfangsstand 01.01.2009	319	502	347	-	1.168
Währungsänderungen	1	-	3	-	4
Zugänge	20	45	45	-	110
Abgänge	-5	-60	-54	-	-119
Umbuchungen	-	-	-	-	-
Endstand 31.12.2009	335	487	341	-	1.163
Buchwert 31.12.2009	317	237	132	39	725

Der Buchwert der Sachanlagen betrug 725 Mio. € (Vorjahr: 727 Mio. €). Die Investitionen in das Sachanlagevermögen betragen 116 Mio. € (Vorjahr: 150 Mio. €). Die Abschreibungen lagen bei 110 Mio. € (Vorjahr: 98 Mio. €). Im Berichtsjahr erfolgten keine Wertaufholungen.

14 • Vorräte

IN MIO. €

	2008	2009
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	126	108
Unfertige Erzeugnisse	35	34
Fertige Erzeugnisse, Handelswaren	468	415
Anzahlungen	5	4
	634	561

Die Vorräte haben sich im Vergleich zum Vorjahr um 73 Mio. € auf 561 Mio. € reduziert, davon waren 145 Mio. € (Vorjahr: 128 Mio. €) zu ihrem Nettoveräußerungswert bilanziert. Die Wertberichtigungen auf Vorräte betragen zum Bilanzstichtag 61 Mio. € (Vorjahr: 63 Mio. €).

15 • Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

IN MIO. €

2008	Buchwert	Davon weder einzelwertberechtigt noch überfällig	Davon nicht einzelwertberechtigt und in den folgenden Zeitbändern überfällig				
			Weniger als 30 Tage	Zwischen 30 und 60 Tagen	Zwischen 61 und 90 Tagen	Zwischen 91 und 120 Tagen	Mehr als 120 Tage
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	894	708	76	16	10	7	6
2009							
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	906	810	49	10	1	–	1

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind gemäß IAS 39 als Kategorie „Kredite und Forderungen“ klassifiziert. Die Einzelwertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen entwickelten sich wie folgt:

IN MIO. €

	2008	2009
Stand 01.01.	11	10
Zuführungen	4	5
Inanspruchnahmen	–1	–1
Auflösungen	–3	–1
Währungsänderungen	–1	1
Stand zum 31.12.	10	14

16 • Wertpapiere

Beiersdorf hält insgesamt 955 Mio. € (Vorjahr: 897 Mio. €) an Staats- und Industriefinanzierungen, Commercial Papers sowie geldmarktnahen Publikumsfonds. Alle Anleihen sind börsennotiert und haben eine Restlaufzeit von bis zu zwei Jahren. Die Staats- und Industriefinanzierungen sowie die Commercial Papers sind der Kategorie „bis zur Endfälligkeit zu halten“ (zEh) zugeordnet, die geldmarktnahen Publikumsfonds sind in der Kategorie „zur Veräußerung verfügbar“ (zVv) ausgewiesen. Wandelanleihen sind als

Kategorie „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“ (ebZ) designiert. Wir verweisen auf Abschnitt 29 „Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten“.

17 • Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

IN MIO. €

	2008	2009
Zahlungsmittel	598	745
Zahlungsmitteläquivalente	15	22
	613	767

Die Zahlungsmittel umfassen Guthaben bei Kreditinstituten, Kassenbestände und Schecks. Bei den Zahlungsmitteläquivalenten handelt es sich um kurzfristige, liquide Anlagen wie Tagesgelder, die jederzeit in bestimmte Zahlungsmittelbeträge umgewandelt werden können und nur unwesentlichen Wertschwankungsrisiken unterliegen. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sind gemäß IAS 39 der Kategorie „Kredite und Forderungen“ zugeordnet.

18 • Angaben zum Kapitalmanagement

Beiersdorf verfolgt das Ziel, die Eigenkapitalbasis nachhaltig zu sichern und eine angemessene Rendite auf das eingesetzte Kapital zu erwirtschaften. Zum 31. Dezember 2009 liegt die Eigenkapitalquote bei 57 % (Vorjahr: 55 %) und die EBIT-Rendite auf das durchschnittliche operative Netto-Vermögen bei 43 % (Vorjahr: 54 %). Die ausgeschütteten Dividenden im Geschäftsjahr 2009 betragen 210 Mio. € (Vorjahr: 165 Mio. €).

19 • Gezeichnetes Kapital

Das Grundkapital beträgt 252 Mio. € und ist in 252 Mio. Stückaktien eingeteilt.

Die Beiersdorf AG 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 18. Mai 2005 den Vorstand ermächtigt, das Grundkapital in der Zeit bis zum 17. Mai 2010 mit Zustimmung des Aufsichtsrats um bis zu insgesamt 87 Mio. € (genehmigtes Kapital I: 45 Mio. €; genehmigtes Kapital II: 21 Mio. €; genehmigtes Kapital III: 21 Mio. €) durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Inhaber lautende Aktien zu erhöhen. Dabei kann die Gewinnberechtigung neuer Aktien abweichend von § 60 Abs. 2 AktG bestimmt werden.

Den Aktionären 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 Inhabern/Gläubigern der von der Beiersdorf AG 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. um neue Aktien zu einem Ausgabebetrag auszugeben, der den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabebetrags, die möglichst zeitnah zur Platzierung der Aktien erfolgen soll, nicht wesentlich unterschreitet, wobei im Rahmen der Beschränkung dieser Ermächtigung auf insgesamt zehn vom Hundert des Grundkapitals diejenigen Aktien anzurechnen sind, für die das Bezugsrecht der Aktionäre in Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG bei Ausnutzung der Ermächtigung zur Veräußerung eigener Aktien und/oder bei Ausnutzung der Ermächtigung zur Ausgabe von Wandel- bzw. Optionsschuldverschreibungen ausgeschlossen wird (genehmigtes Kapital II);
4. bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen oder von Beteiligungen an Unternehmen (genehmigtes Kapital III).

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 18. Mai 2005 ferner beschlossen, das Grundkapital um bis zu insgesamt 40 Mio. € bedingt zu erhöhen. Am 17. Mai 2006 hat die Hauptversammlung außerdem eine Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln beschlossen. Gemäß § 218 Satz 1 AktG erhöht sich daher auch das bedingte Kapital im gleichen Verhältnis. Dieses beträgt daher nunmehr 46.875.000 €. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nach dem zu Grunde liegenden Hauptversammlungsbeschluss nur insoweit durchgeführt, wie

1. die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandlungs- und/oder Optionsrechten, die mit den von der Beiersdorf AG oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften bis zum 17. Mai 2010 auszugebenden Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen verbunden sind, von ihrem Wandlungs- bzw. Optionsrecht Gebrauch machen, oder wie
2. die zur Wandlung verpflichteten Inhaber bzw. Gläubiger der von der Beiersdorf AG oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften bis zum 17. Mai 2010 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 Geschäftsjahrs an, in dem sie durch Ausübung von Wandlungs- bzw. Optionsrechten oder durch Erfüllung von Wandlungspflichten entstehen, am Gewinn teil.

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 Geschäftsjahrs sowie die in der Vergangenheit erzielten Ergebnisse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, soweit sie nicht ausgeschüttet wurden. Die Gewinnrücklagen beinhalten eine Kürzung um die Anschaffungskosten der 25.181.016 eigenen Aktien der Beiersdorf AG von 955 Mio. €. Im Vorjahr wurde der Eröffnungswert der Gewinnrücklagen durch die vorzeitige Anwendung des überarbeiteten IAS 38 gemäß IAS 8 angepasst. Die Reduktion um 6 Mio. € resultierte aus den in den Vorräten zum 31. Dezember 2007 enthaltenen Werbematerialien in Höhe von 9 Mio. €, gemindert um latente Steuern in Höhe von 3 Mio. €.

24 • Kumuliertes sonstiges Konzernergebnis

Unterschied aus der Währungsumrechnung

Der Eigenkapitalposten für Währungsumrechnung dient der Erfassung von Differenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse von nicht in Euro bilanzierenden Tochtergesellschaften.

Unterschied aus der Marktbewertung von Finanzinstrumenten

Der Eigenkapitalposten für die Marktbewertung von Finanzinstrumenten beinhaltet die nach Abzug latenter Steuern direkt im Eigenkapital erfassten Änderungen der beizulegenden Zeitwerte von *als Sicherungsinstrument designierten derivativen Finanzinstrumenten* in Höhe von -1 Mio. € (Vorjahr: 21 Mio. €) und von *zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumenten* in Höhe von 5 Mio. € (Vorjahr: 4 Mio. €).

25 • Anteile anderer Gesellschafter

Der Ausgleichsposten enthält die Anteile Konzernfremder am Eigenkapital der vollkonsolidierten Gesellschaften. Fremdanteile bestehen im Wesentlichen bei Nivea-Kao Co., Ltd., Japan, PT. Beiersdorf Indonesia sowie Beiersdorf India Limited.

26 • Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Der Konzern trifft Vorsorge für die Zeit nach der Pensionierung der anspruchsberechtigten Mitarbeiter direkt oder durch rechtlich selbständige Pensions- und Unterstützungseinrichtungen. Die betriebliche Altersversorgung erfolgt im Konzern beitrags- oder leistungsorientiert. Die Ausgestaltung variiert dabei je nach den rechtlichen, wirtschaftlichen und steuerlichen Gegebenheiten des jeweiligen Landes und basiert in der Regel auf Beschäftigungsdauer, Entgelt und der eingenommenen Position im Unternehmen sowie auf Eigenleistung der Mitarbeiter. Die unmittelbaren und mittelbaren Verpflichtungen umfassen solche aus bereits laufenden Pensionen und Anwartschaften für zukünftig zu zahlende Pensionen und Altersruhegelder.

In Deutschland liegen der Kalkulation die Heubeck'schen Richttafeln von 2005 zu Grunde, international die jeweils lokal anerkannten Richttafeln. Der Abzinsungssatz für Deutschland wurde am Jahresende aufgrund der zu diesem Zeitpunkt vorhandenen Informationen mit 5,75% (Vorjahr: 6,25%) festgelegt. Bei Verwendung eines um 0,50 Prozentpunkte niedrigeren (höheren) Abzinsungssatzes würden sich aufgrund der Anwendung der Korridormethode keine Auswirkungen auf die Konzernbilanz zum Bilanzstichtag sowie nur geringfügige Auswirkungen auf die Gewinn- und Verlustrechnung des Folgejahres ergeben. Außergewöhnliche Aufwendungen und Erträge infolge der Beendigung von Versorgungsplänen oder wegen der Kürzung und Übertragung der Versorgungsleistungen haben sich im Berichtsjahr nicht ergeben.

Der Bewertung liegen folgende Annahmen zu Grunde:

VERSICHERUNGSMATHEMATISCHE ANNAHMEN // IN %

	2008		2009	
	Deutschland	Andere Länder	Deutschland	Andere Länder
Abzinsungssätze	6,25	2,00–12,00	5,75	2,00–10,00
Erwartete Renditen auf Planvermögen	4,75–5,00	4,00–9,50	5,00	4,00–9,00
Erwartete Lohn- und Gehaltssteigerungen	3,00–3,50	2,00–10,00	3,00	2,00–10,00
Erwartete Rentensteigerungen	2,00	0,50–3,00	1,75–2,00	0,50–3,30
Erwartete Fluktuation	2,00–4,50	0,30–8,00	2,00–4,50	0,30–10,00

Diese Parameter gelten auch im Folgejahr für die Berechnung der Kosten für die im Berichtsjahr erworbenen Versorgungsansprüche, für die Aufzinsung der in den Vorjahren erworbenen Versorgungsansprüche und die Berechnung der erwarteten Erträge aus den Vermögensanlagen.

Die erwartete Rendite aus dem Planvermögen wurde aus den in der Vergangenheit erzielten und für die Zukunft langfristig erwarteten Renditen der im Planvermögen enthaltenen Vermögenswerte abgeleitet.

AUFWENDUNGEN FÜR VERSORGUNGSLEISTUNGEN // IN MIO. €

	2008			2009		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Laufender Dienstaufwand	14	6	20	13	6	19
Nachzuverrechnender Dienstaufwand	–	–	–	3	–	3
Auswirkungen aus Planabgeltungen	–	1	1	–1	–	–1
Aufwendungen für leistungsorientierte Versorgungsleistungen (EBIT)	14	7	21	15	6	21
Zinsaufwand	35	9	44	38	9	47
Erwartete Erträge aus Planvermögen	–34	–9	–43	–30	–8	–38
Amortisation versicherungsmathematischer Gewinne (–) und Verluste (+)	–11	2	–9	–8	1	–7
Zinsergebnis für leistungsorientierte Versorgungsleistungen	–10	2	–8	–	2	2
Gesamtaufwendungen für leistungsorientierte Versorgungsleistungen	4	9	13	15	8	23
Aufwendungen für beitragsorientierte Versorgungsleistungen (EBIT)	28	16	44	29	21	50
Gesamtaufwendungen für Versorgungsleistungen	32	25	57	44	29	73

Die Aufwendungen für die leistungsorientierten und beitragsorientierten Versorgungszusagen sind in den Kosten der Funktionsbereiche enthalten. Die beitragsorientierten Versorgungszusagen enthalten auch die Beiträge zu gesetzlichen bzw. staatlichen Rentenversicherungsplänen.

Die Aufzinsung der in den Vorjahren erworbenen Versorgungsansprüche, die Erträge aus Vermögensanlagen sowie die Amortisation nicht realisierter versicherungsmathematischer Gewinne/Verluste werden im Zinsergebnis ausgewiesen.

ENTWICKLUNG DES BARWERTS DER LEISTUNGSORIENTIERTEN VERPFLICHTUNG // IN MIO. €

	2008			2009		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Eröffnungssaldo des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtung	657	178	835	630	172	802
Laufender Dienstzeitaufwand	14	6	20	13	6	19
Zinsaufwand	35	9	44	38	9	47
Versicherungsmathematische Gewinne (-) und Verluste (+)	-37	-14	-51	20	13	33
Beiträge der Teilnehmer des Plans	3	1	4	3	2	5
Gezahlte Versorgungsleistungen	-34	-4	-38	-35	-11	-46
Unterschied aus Währungsumrechnung	-	-2	-2	-	2	2
Sonstige Veränderungen	-8	-2	-10	-	-1	-1
Schlussaldo des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtungen	630	172	802	669	192	861

FINANZIERUNGSSTATUS DES BARWERTS DER LEISTUNGSORIENTIERTEN VERPFLICHTUNG // IN MIO. €

	2008			2009		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Ganz oder teilweise aus Fonds finanzierte leistungsorientierte Verpflichtungen	625	152	777	663	172	835
Nicht aus Fonds finanzierte leistungsorientierte Verpflichtungen	5	20	25	6	20	26
Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen	630	172	802	669	192	861

ENTWICKLUNG DES BEIZULEGENDEN ZEITWERTS DES PLANVERMÖGENS // IN MIO. €

	2008			2009		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Eröffnungssaldo des beizulegenden Zeitwerts des Planvermögens	629	164	793	600	155	755
Erwartete Erträge aus Planvermögen	34	9	43	30	8	38
Versicherungsmathematische Gewinne (+) und Verluste (-)	-60	-26	-86	-15	3	-12
Tatsächliche Erträge aus Planvermögen	-26	-17	-43	15	11	26
Beiträge des Arbeitgebers	3	11	14	4	7	11
Beiträge der Teilnehmer des Plans	-	3	3	-	3	3
Gezahlte Versorgungsleistungen	-6	-1	-7	-6	-11	-17
Unterschied aus Währungsumrechnung	-	-1	-1	-	2	2
Sonstige Veränderungen	-	-4	-4	-	-	-
Schlussaldo des beizulegenden Zeitwerts des Planvermögens	600	155	755	613	167	780

KATEGORIEN DES BEIZULEGENDEN ZEITWERTS DES PLANVERMÖGENS // IN MIO. €

	2008			2009		
	Deutschland	Andere Länder	Konzern	Deutschland	Andere Länder	Konzern
Eigenkapitalinstrumente	163	73	236	217	89	306
Fremdkapitalinstrumente	393	64	457	355	63	418
Immobilien	34	-	34	31	-	31
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	10	12	22	10	10	20
Sonstiges	-	6	6	-	5	5
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens	600	155	755	613	167	780

RÜCKSTELLUNGEN FÜR DIE PENSIONEN UND ÄHNLICHE VERPFLICHTUNGEN IN DER BILANZ // IN MIO. €

	2005	2006	2007	2008	2009
Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen	867	940	835	802	861
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens	-626	-767	-793	-755	-780
Nettoverpflichtung	241	173	42	47	81
Saldo der noch nicht in der Bilanz angesetzten versicherungsmathematischen Gewinne (+) und Verluste (-)	61	107	222	178	130
Andere in der Bilanz angesetzte Beträge	1	8	11	10	10
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen in der Bilanz	303	288	275	235	221

27 • Sonstige Rückstellungen

IN MIO. €

	Personal- aufwendungen	Marketing- und Vertriebs- aufwendungen	Restruk- turierung	Übrige	Gesamt
Anfangsstand 01.01.2009	179	130	24	161	494
<i>Davon langfristig</i>	66	2	–	63	131
Währungsänderungen	1	1	–	2	4
Zuführung	121	114	36	90	361
Verbrauch	–106	–112	–17	–52	–287
Auflösung	–10	–11	–	–22	–43
Endstand 31.12.2009	185	122	43	179	529
<i>Davon langfristig</i>	69	1	4	64	138

Rückstellungen für Personalaufwendungen beinhalten vor allem Rückstellungen für Altersteilzeit, Jahressonderzahlungen, Urlaubsgelder sowie Trennungsvereinbarungen und Jubiläumsverpflichtungen. Die Rückstellungen für Marketing- und Vertriebsaufwendungen betreffen insbesondere Werbekostenzuschüsse und Kundenrabatte sowie Retouren. Die Zuführungen zu den Restrukturierungsrückstellungen umfassen im Wesentlichen Rückstellungen im Zusammenhang mit den eingeleiteten Maßnahmen im Unternehmensbereich tesa sowie der

Schließung eines Produktionsstandorts in Nordamerika. Die übrigen Rückstellungen betreffen unter anderem Prozessrisiken.

28 • Verbindlichkeiten

Die vertraglich vereinbarten undiskontierten Zins- und Tilgungszahlungen der langfristigen Verbindlichkeiten (ohne latente Steuern) stellen sich wie folgt dar:

IN MIO. €

	2008			2009		
	Buchwert 31.12.	Vertraglich vereinbarte Fälligkeitstermine		Buchwert 31.12.	Vertraglich vereinbarte Fälligkeitstermine	
		2009–2012	Nach 2012		2010–2013	Nach 2013
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	71	75	2	7	6	2
Langfristige derivative Finanzinstrumente	1	1	–	–	–	–
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	6	3	3	5	3	3
	78	79	5	12	9	5

Die langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten sind in Höhe von 7 Mio. € (Vorjahr: 71 Mio. €) der Kategorie „Andere finanzielle Verbindlichkeiten“ (AfV) und in Höhe von 0 Mio. € (Vorjahr: 1 Mio. €) der Kategorie „Derivative Finanzinstrumente“ (DF) zugeordnet. Die langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten des Vorjahres enthielten im Wesentlichen die Verbindlichkeiten aus der Option für den Erwerb der übrigen Anteile an C-BONS Hair Care in Höhe von 66 Mio. €. Die erste Tranche der Option für die noch in Fremdbesitz befindlichen Anteile an der C-BONS Hair Care Gruppe wurde im Dezember 2009 in Höhe von 40 Mio. € bezahlt. Die zweite Tranche der Option in Höhe von 26 Mio. € wird unter den kurzfristigen Verbindlichkeiten ausgewiesen.

Die Zusammensetzung der kurzfristigen Verbindlichkeiten ist der folgenden Tabelle zu entnehmen:

IN MIO. €		
	2008	2009
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (AfV)	690	699
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	174	158
Andere finanzielle Verbindlichkeiten (AfV)	160	148
Negative Zeitwerte von Derivaten (DF)	14	10
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	74	71
Verbindlichkeiten aus sonstigen Steuern	59	57
Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit	11	11
Erhaltene Anzahlungen	4	3
	938	928

Die anderen finanziellen Verbindlichkeiten enthalten im Wesentlichen kurzfristige Darlehen gegenüber Banken in Höhe von 75 Mio. € (Vorjahr: 109 Mio. €), die zweite Tranche der Option für die noch in Fremdbesitz befindlichen Anteile an der C-BONS Hair Care Gruppe in Höhe von 26 Mio. € (Vorjahr: keine) sowie andere finanzielle Verpflichtungen in Höhe von 45 Mio. € (Vorjahr: 50 Mio. €) .

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.

29 • Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten

IN MIO. €

2009	Buchwert 31.12.	Wertansatz Bilanz nach IAS 39			Beizulegender Zeitwert 31.12.
		Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Beizulegender Zeitwert, erfolgsneutral	Beizulegender Zeitwert, erfolgswirksam	
Aktiva					
<i>Kredite und Forderungen (KuF)</i>	1.761	1.761	–	–	1.761
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	5	5	–	–	5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	906	906	–	–	906
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	83	83	–	–	83
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	767	767	–	–	767
<i>Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte (zVv)</i>	241	5	236	–	241
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	5	5	–	–	5
Wertpapiere	236	–	236	–	236
<i>Bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinvestitionen (zEh)</i>	699	699	–	–	701
Wertpapiere	699	699	–	–	701
<i>Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Vermögenswerte (ebZ)</i>	20	–	–	20	20
Wertpapiere	20	–	–	20	20
<i>Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)</i>	8	–	8	–	8
Passiva					
<i>Andere finanzielle Verbindlichkeiten (AfV)</i>	854	854	–	–	854
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	7	7	–	–	7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	699	699	–	–	699
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	148	148	–	–	148
<i>Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)</i>	10	–	10	–	10
2008					
Aktiva					
<i>Kredite und Forderungen (KuF)</i>	1.592	1.592	–	–	1.592
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	6	6	–	–	6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	894	894	–	–	894
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	79	79	–	–	79
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	613	613	–	–	613
<i>Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte (zVv)</i>	248	4	244	–	248
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	4	4	–	–	4
Wertpapiere	244	–	244	–	244
<i>Bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinvestitionen (zEh)</i>	653	653	–	–	653
Wertpapiere	653	653	–	–	653
<i>Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)</i>	50	–	50	–	50
Passiva					
<i>Andere finanzielle Verbindlichkeiten (AfV)</i>	921	921	–	–	921
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	71	71	–	–	71
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	690	690	–	–	690
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	160	160	–	–	160
<i>Derivative Finanzinstrumente mit Hedge-Beziehung (DF)</i>	14	–	14	–	14

Für die vorhandenen Finanzinstrumente liegen die vertraglich vereinbarten Fälligkeitstermine überwiegend innerhalb von zwölf Monaten nach dem Bilanzstichtag. Daher entsprechen deren Buchwerte zum Abschlussstichtag näherungsweise dem beizulegenden Zeitwert.

Die folgende Hierarchie wird verwendet, um den Zeitwert von Finanzinstrumenten zu bestimmen und auszuweisen:

- **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 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.

Die im Beiersdorf Konzern zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Wertpapiere fallen unter die Fair-Value-Hierarchiestufe 1, derivative Finanzinstrumente unter die Fair-Value-Hierarchiestufe 2.

Die Nettogewinne aus bis zur Endfälligkeit gehaltenen Finanzinvestitionen betragen 12 Mio. € (Vorjahr: 1 Mio. €).

30 • Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen

IN MIO. €

	2008	2009
Haftungsverhältnisse		
Wechselobligo	–	–
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	1	1
Sonstige finanzielle Verpflichtungen		
Verpflichtungen aus Miet- und Leasingverträgen:		
– davon fällig im Folgejahr	17	45
– davon fällig in 2 bis 5 Jahren	23	71
– davon fällig in > 5 Jahren	–	8
Verpflichtungen aus Bestellobligo:		
– davon fällig im Folgejahr	59	62
– davon fällig in 2 bis 5 Jahren	105	68

Der Gesamtbetrag der Nominalwerte der sonstigen finanziellen Verpflichtungen beträgt 254 Mio. € (Vorjahr: 204 Mio. €). Der Anstieg der Verpflichtungen aus Miet- und Leasingverträgen resultiert im Wesentlichen aus den geänderten Strukturen im Rahmen der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain.

Beiersdorf unterliegt möglichen Verpflichtungen, unter anderem aus Untersuchungen zum Kartellrecht. Eine belastbare, umfassende Risikoeinschätzung aus Konzernsicht ist zurzeit nicht möglich.

31 • Finanzrisikomanagement und derivative Finanzinstrumente

Grundsätze des Risikomanagements

Der Beiersdorf Konzern ist durch seine Geschäftstätigkeit verschiedenen Risiken wie Währungs-, Zinsänderungs- und Ausfallrisiken ausgesetzt.

Zur Sicherung des operativen Grundgeschäfts und wesentlicher unternehmensnotwendiger Finanztransaktionen werden derivative Finanzinstrumente eingesetzt. Dar- aus entstehen dem Konzern keine zusätzlichen Risiken. 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 dem 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 Beiersdorf 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. Aufgrund dieser Sicherungsaktivitäten ist Beiersdorf zum Abschlussstichtag keinen wesentlichen Währungsrisiken im Finanzierungsbereich ausgesetzt.

Für den operativen Bereich werden im Beiersdorf Konzern Zahlungsströme in nicht funktionaler Währung bis zu 36 Monate im Voraus durch Standarddevisentermingeschäfte gesichert. Diese Transaktionen werden zentral im Treasury Management System erfasst, bewertet und gesteuert. Daher ist Beiersdorf zum Abschlussstichtag keinen wesentlichen Währungsrisiken im operativen Bereich ausgesetzt.

Da wesentliche originäre monetäre Finanzinstrumente entweder unmittelbar in funktionaler Währung denominated oder durch den Einsatz von Derivaten in die funktionale Währung transformiert sind, haben Währungskursänderungen keine wesentlichen Auswirkungen auf Ergebnis oder Eigenkapital. Der Beiersdorf Konzern ist demzufolge im Wesentlichen nur Währungsrisiken 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 (Cashflow Hedges on Forecasted Transactions). Kursänderungen wirken sich auf die Sicherungsrücklage im Eigenkapital und die Zeitwerte der Sicherungsgeschäfte aus.

Die Marktwerte der Devisentermingeschäfte betragen zum Stichtag –2 Mio. € (Vorjahr: 36 Mio. €), die Nominalwerte lagen bei 927 Mio. € (Vorjahr: 799 Mio. €). Hiervon haben 886 Mio. € (Vorjahr: 746 Mio. €) Restlaufzeiten bis zu einem Jahr, 41 Mio. € (Vorjahr: 53 Mio. €) Restlaufzeiten zwischen einem und fünf Jahren und keine (Vorjahr: keine) Laufzeiten über fünf Jahre. 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 2009 um 10 % aufgewertet gewesen wäre, wären die Sicherungsrücklage im Eigenkapital und die Marktwerte der Devisentermingeschäfte um 22 Mio. € (Vorjahr: 28 Mio. €) höher gewesen. Bei einer entsprechenden Abwertung von 10 % wären die Sicherungsrücklage im Eigenkapital und die Marktwerte der Devisentermingeschäfte um 27 Mio. € (Vorjahr: 31 Mio. €) niedriger gewesen.

Zinsrisiken

Unter dem Zinsänderungsrisiko versteht man das Risiko, dass der Zeitwert oder zukünftige Zahlungsströme eines Finanzinstruments aufgrund von Änderungen des Marktzinssatzes schwanken.

Zeitwertänderungen sind für den Beiersdorf Konzern aufgrund des niedrigen Bestands an langfristigen Finanzinstrumenten sowie keinem Bestand an Zinsderivaten nur von untergeordneter Bedeutung. Es werden derzeit Finanzinstrumente mit Laufzeiten von bis zu zwei Jahren gehalten. 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 10 Mio. € (Vorjahr: 11 Mio. €) höher (niedriger) ausgefallen.

Ausfallrisiken

Beiersdorf unterliegt im Rahmen von Finanzierungstätigkeiten und im operativen Bereich Ausfallrisiken. Um diese Risiken weitestgehend zu reduzieren, werden im Finanzierungsbereich Geschäfte grundsätzlich nur mit Vertragspartnern erstklassiger Bonität abgeschlossen. Außenstände im operativen Geschäft werden kontinuierlich überwacht, möglichen Ausfällen wird durch Einzel- und pauschalierte Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen. Das maximale Ausfallrisiko ist durch den in der Bilanz angesetzten Buchwert jedes finanziellen Vermögenswerts ersichtlich. Die Buchwerte der finanziellen Vermögenswerte betragen zum 31. Dezember 2009 2.729 Mio. € (Vorjahr: 2.543 Mio. €). Im Bereich der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind Ausfallrisiken zum Teil durch entsprechende Versicherungen abgedeckt.

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 Beiersdorf derzeit keinem Liquiditätsrisiko ausgesetzt. Um die Zahlungsfähigkeit und finanzielle Flexibilität des Beiersdorf Konzerns jederzeit sicherzustellen, werden zudem Liquiditätsreserven in Form von Kreditlinien vorgehalten.

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 Darstellung des Cashflows aus laufender Geschäftstätigkeit erfolgt nach der indirekten Methode, während der Ausweis des Cashflows aus der Investitions- und aus der Finanzierungstätigkeit nach der direkten Methode erfolgt.

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 in erster Linie aus den in den Unternehmensbereichen erstellten und vertriebenen Produkten. Die Aufteilung in die Unternehmensbereiche Consumer und tesa entspricht auch der internen Organisationsstruktur und der Berichterstattung an den Vorstand. Um die internationale Aufteilung der geschäftlichen Aktivitäten im Beiersdorf Konzern zu zeigen, werden über die operativen Segmente hinaus noch geografische Informationen präsentiert.

Die Außenumsätze in den Regionen zeigen die Umsatzentwicklung nach Sitz der Gesellschaften.

Konzerngesellschaften mit Sitz in Deutschland erzielten 2009 einen **Umsatz** in Höhe von 1.389 Mio. € (Vorjahr: 1.506 Mio. €) und bilanzierten **langfristige Vermögenswerte** (nicht enthalten sind Finanzinstrumente, latente Steuern und Planvermögen) in Höhe von 524 Mio. € (Vorjahr: 515 Mio. €).

Das **EBIT ohne Sondereffekte** zeigt das betriebliche Ergebnis, bereinigt um Erträge bzw. Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain sowie Erträge aus Divestments.

Das **EBITDA** zeigt das betriebliche Ergebnis (EBIT) vor Abschreibungen und Amortisation.

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 1.379 Mio. € (Vorjahr: 1.496 Mio. €) ergibt sich aus operativem Brutto-Vermögen abzüglich der operativen Verbindlichkeiten.

Die Überleitung des operativen Netto-Vermögens zu den Bilanzpositionen zeigt die folgende Tabelle:

IN MIO. €

Aktiva	2008	2009
Immaterielle Vermögenswerte	398	382
Sachanlagen	727	725
Vorräte	634	561
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	894	906
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte (operativer Teil) ¹	182	140
Operatives Brutto-Vermögen	2.835	2.714
Nicht operatives Brutto-Vermögen	1.633	1.880
Gesamt Aktiva laut Bilanz	4.468	4.594
Passiva	2008	2009
Übrige Rückstellungen (operativer Teil) ²	494	529
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	690	699
Übrige Verbindlichkeiten (operativer Teil) ³	155	107
Operative Verbindlichkeiten	1.339	1.335
Eigenkapital	2.460	2.636
Nicht operative Verbindlichkeiten	669	623
Gesamt Passiva laut Bilanz	4.468	4.594

¹Nicht enthalten sind Steuerforderungen.

²Nicht enthalten sind Steuerrückstellungen.

³Nicht enthalten sind Steuerverbindlichkeiten.

Sonstige Angaben

Bezüge des Vorstands und des Aufsichtsrats

Bezüglich der Angaben gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 6 HGB und IAS 24.16 verweisen wir auf den Vergütungsbericht im Konzernlagebericht ab Seite 57. Der Vergütungsbericht ist Bestandteil des Konzernabschlusses.

Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen nach IAS 24

Die maxingvest ag hält seit dem 30. März 2004 mehr als 50 % des Grundkapitals der Beiersdorf AG. Die Beiersdorf AG ist demnach eine abhängige Gesellschaft i. S. v. § 312 Abs. 1 Satz 1 i.V.m. § 17 Abs. 2 AktG. Da kein Beherrschungsvertrag zwischen der Beiersdorf AG und der maxingvest ag besteht, stellt der Vorstand der Beiersdorf AG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 Abs. 1 Satz 1 AktG auf. Im Geschäftsjahr 2009 haben die Beiersdorf AG bzw. ihre verbundenen Unternehmen und die maxingvest ag bzw. deren verbundene Unternehmen wie im Vorjahr Einkaufskontingente zur Erzielung von Kostenvorteilen zusammengefasst sowie gegenseitig Produkte zu marktüblichen Bedingungen in nicht wesentlichem Umfang bezogen. Weiterhin erfolgte in geringem Umfang eine Zusammenarbeit insbesondere bei Marketingaktionen sowie im Bereich von Marktrecherchen und Qualitätskontrollen.

Inanspruchnahme von Befreiungsvorschriften

Folgende in den Konzernabschluss der Beiersdorf AG einbezogene deutsche Tochtergesellschaften machten im Geschäftsjahr 2009 von der Befreiungsvorschrift des § 264 Abs. 3 HGB Gebrauch:

- Beiersdorf Manufacturing Hamburg GmbH, Hamburg
- Beiersdorf Manufacturing Berlin GmbH, Berlin
- Florena Cosmetic GmbH, Waldheim
- La Prairie Group Deutschland GmbH, Baden-Baden
- Juvena Produits de Beauté GmbH, Baden-Baden
- Juvena La Prairie GmbH, Baden-Baden
- Beiersdorf Shared Services GmbH, Hamburg
- Allgemeine Immobilien- und Verwaltungsgesellschaft m.b.H, Baden-Baden
- Prof. Steinkraus Research Laboratories Produkte GmbH, Baden-Baden (im Geschäftsjahr auf die La Prairie Group Deutschland GmbH verschmolzen).

Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der Beiersdorf AG haben im September 2009 die Entsprechenserklärung für das Geschäftsjahr 2008 zu den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ gemäß § 161 AktG aktualisiert und im Dezember 2009 die Entsprechenserklärung für das Geschäftsjahr 2009 abgegeben. Die Entsprechenserklärung wurde den Aktionären auf der Internetseite der Gesellschaft unter www.Beiersdorf.de/Entsprechenserklärung dauerhaft zugänglich gemacht.

Abschlussprüfung

Die Hauptversammlung hat am 30. April 2009 die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft zum Abschlussprüfer und Konzernabschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2009 gewählt.

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die im Geschäftsjahr als Aufwand erfassten Honorare des Konzernabschlussprüfers Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft:

KONZERNABSCHLUSSPRÜFER HONORAR // IN T€

	2008	2009
Prüfungsleistungen	776	817
Prüfungsnahе Leistungen	109	115
Steuerberatung	184	67
Sonstige Leistungen	–	–
Gesamt	1.069	999

Anteilsbesitz der Beiersdorf AG

Eine vollständige Aufstellung des Anteilsbesitzes der Beiersdorf AG erfolgt gesondert.

Anteilsbesitz an der Beiersdorf AG

Der Beiersdorf AG gingen bis zum Tag der Aufstellung der Bilanz (9. Februar 2010) folgende Mitteilungen von Anteilseignern der Gesellschaft nach den Vorschriften des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG) zu:

1. Die Allianz SE, München, Deutschland, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft am 25. Juni 2009 die Schwellen von 5 % und 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,88 % (7.262.527 Stimmrechte) beträgt. Diese Stimmrechte sind der Allianz SE nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Zugleich hat uns die Allianz SE gemäß § 21 Abs. 1 WpHG i.V.m. § 24 WpHG mitgeteilt, dass der Stimmrechtsanteil der AZ-Arges Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH, München, Deutschland, an unserem Unternehmen am 25. Juni 2009 die Schwellen von 5 % und 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,80 % (7.055.917 Stimmrechte) beträgt.

2. Die Capital Research and Management Company, Los Angeles, USA, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an unserem Unternehmen am 5. Januar 2010 die Schwelle von 5 % überschritten hat. Zu diesem Datum hielt die Capital Research and Management Company 5,02 % (12.657.995 Stammaktien) aller Stimmrechte an unserem Unternehmen (Stimmrechte aus 252.000.000 Stammaktien). Diese 5,02 % (12.657.995 Stammaktien) aller Stimmrechte an unserem Unternehmen (Stimmrechte aus 252.000.000 Stammaktien) wurden der Capital Research and Management Company gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zugerechnet.

3. Ferner wurde uns Folgendes mitgeteilt:

- a) Stimmrechtsmitteilungen gemäß § 21 Abs. 1 WpHG vom 2. April 2004, 14. April 2004 sowie 16. April 2004

Mit den Stimmrechtsmitteilungen der nachstehend in der Tabelle als meldepflichtig aufgeführten Personen (die „Meldepflichtigen“) gemäß § 21 Abs. 1 WpHG vom 2. April 2004, 14. April 2004 sowie 16. April 2004 wurde 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 nunmehr vorgenommenen Zurechnung der von der Beiersdorf Aktiengesellschaft gehaltenen 9,99 % (8.393.672 eigene Aktien) nach § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 i.V.m. S. 3 WpHG haben die Meldepflichtigen gemäß § 21 Abs. 1 WpHG 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 resultiert ausschließlich aus der Zurechnung der von der Beiersdorf Aktiengesellschaft gehaltenen eigenen Aktien gemäß § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 i.V.m. S. 3 WpHG.

Der Gesamtstimmrechtsanteil der Meldepflichtigen betrug zum 30. März 2004 jeweils 60,45 % (50.780.072 Stimmrechte), anstelle von 50,46 % (42.386.400 Stimmrechte).

Sämtliche Stimmrechtsanteile sind den Meldepflichtigen mit Ausnahme der maxingvest ag hierbei gemäß § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 i.V.m. S. 3 WpHG zuzurechnen. Der maxingvest ag (damals firmierend unter Tchibo Holding AG) sind 30,36 % (25.500.805 Stimmrechte) gemäß § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 i.V.m. S. 3 WpHG zuzurechnen; 20,10 % (16.884.000 Stimmrechte) hielt sie zum damaligen Zeitpunkt direkt.

Die Ketten der kontrollierten Unternehmen lauten wie folgt:

Meldepflichtiger	Sitz und Staat, in dem sich der Wohnort oder der Sitz des Meldepflichtigen 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 (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
SPM Beteiligungs- und Verwaltungs GmbH	Norderstedt, Deutschland	Trivium Vermögensverwaltungs GmbH, Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
EH Real Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG (mit Meldung vom 12. März 2008 zum 15. Januar 2007 heruntergemeldet auf 0 %, 0 Stimmrechte)	Norderstedt, Deutschland	Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
EH Real Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Norderstedt, Deutschland	Scintia Vermögensverwaltungs GmbH, EH Real Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG, Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Scintia Vermögensverwaltungs GmbH	Norderstedt, Deutschland	Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Trivium Vermögensverwaltungs GmbH	Norderstedt, Deutschland	Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Herr Michael Herz	Deutschland	SPM Beteiligungs- und Verwaltungs GmbH, Trivium Vermögensverwaltungs GmbH, Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Herr Wolfgang Herz	Deutschland	EH Real Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH, EH Real Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG, Scintia Vermögensverwaltungs GmbH, Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Frau Agneta Peleback-Herz (mit Meldung vom 11. März 2008 zum 15. Januar 2007 heruntergemeldet auf 0 %, 0 Stimmrechte)	Deutschland	EH Real Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG, Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Ingeburg Herz GbR	Norderstedt, Deutschland	Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Max und Ingeburg Herz Stiftung	Norderstedt, Deutschland	Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Frau Ingeburg Herz	Deutschland	Ingeburg Herz GbR, Max und Ingeburg Herz Stiftung, Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Joachim Herz, vertreten durch die Joachim Herz Stiftung als Rechtsnachfolgerin (mit Meldung vom 30. August 2007 zum 1. Januar 2005 heruntergemeldet auf 0 %, 0 Stimmrechte)	Hamburg, Deutschland	Coro Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH, Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
Coro Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH (mit Meldung vom 30. August 2007 zum 1. Januar 2005 heruntergemeldet auf 0 %, 0 Stimmrechte)	Hamburg, Deutschland	Tchibo Holding AG, Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft
maxingvest ag (bis 12. September 2007 firmierend unter Tchibo Holding AG)	Hamburg, Deutschland	Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH, Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft

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 vom 29. Dezember 2004

Mit der am 29. Dezember 2004 abgegebenen Stimmrechtsmitteilung gemäß § 21 Abs. 1 WpHG hat die maxingvest ag (damals firmierend unter

Tchibo Holding AG) mitgeteilt, dass die Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH mit dem Erwerb von 20,10 % der Stimmrechte an der Beiersdorf Aktiengesellschaft von der Tchibo Holding AG erstmalig die 50 %-Schwelle überschritten und zum 22. Dezember 2004 50,46 % (42.386.400 Stimmrechte) an der Beiersdorf Aktiengesellschaft gehalten hat.

Unter Berücksichtigung des am 3. Februar 2004 vollzogenen Aktienrückkaufprogramms der Beiersdorf Aktiengesellschaft und der nunmehr vorgenommenen Zurechnung nach § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 i.V.m. S. 3 WpHG der im Rahmen des Rückkaufprogramms erworbenen 9,99 % (8.393.672 eigene Aktien) hat die Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH gemäß § 21 Abs. 1 WpHG 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. Davon waren der Tchibo Beteiligungsgesellschaft mbH insgesamt 40,35 % (33.894.477 Stimmrechte) zuzurechnen. Die Kette der kontrollierten Unternehmen lautet wie folgt: Vanguard Grundbesitz GmbH, Beiersdorf Aktiengesellschaft. Die Erhöhung resultiert ausschließlich aus der Zurechnung der von der Beiersdorf Aktiengesellschaft gehaltenen eigenen Aktien gemäß § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 i.V.m. S. 3 WpHG.

- c) Stimmrechtsmitteilung gemäß § 21 Abs. 1 WpHG vom 11. März 2008

Die Stimmrechtsmitteilung der E.H. Real Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH vom 11. März 2008 wird hiermit zurückgenommen.

Der Stimmrechtsanteil der E.H. Real Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH hat auch am 15. Januar 2007 und danach weiterhin die Schwellen von 3, 5, 10, 15, 20, 25, 30 und 50 % überschritten und trägt unter Hinzurechnung der von der Beiersdorf Aktiengesellschaft gehaltenen 9,99 % (25.181.016 eigene Aktien unter Berücksichtigung der Erhöhung des Grundkapitals aus Gesellschaftsmitteln ohne Ausgabe neuer Aktien und der Neueinteilung des Grundkapitals (Aktiensplit) im Verhältnis 1:3 im Jahr 2006) gemäß § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 i.V.m. S. 3 WpHG weiterhin ebenfalls 60,45 % (152.340.216 Stimmrechte unter Berücksichtigung der Erhöhung des Grundkapitals aus Gesellschaftsmitteln ohne Ausgabe neuer Aktien und der Neueinteilung des Grundkapitals (Aktiensplit) im Verhältnis 1:3 im Jahr 2006).

4. Darüber hinaus hat die Beiersdorf AG gemäß § 25 Abs. 1 Satz 3 i.V.m. § 21 Abs. 1 Satz 1 WpHG (a.F.) veröffentlicht, dass sie am 3. Februar 2004 die Schwelle von 5 % der Stimmrechte an der eigenen Gesellschaft überschritten hat und ihr seit diesem Zeitpunkt ein Anteil von 9,99 % zusteht. Die von der Gesellschaft gehaltenen eigenen Aktien sind gemäß § 71b AktG weder stimm- noch dividendenberechtigt.

Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns der Beiersdorf AG

IN MIO. €

	2009
Jahresüberschuss der Beiersdorf AG	381
Einstellung in die Rücklagen	190
Bilanzgewinn der Beiersdorf AG	191

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung vor, den Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2009 in Höhe von 191 Mio. € wie folgt zu verwenden:

IN MIO. €

	2009
Ausschüttung einer Dividende von 0,70 € auf jede dividendenberechtigte Stückaktie (226.818.984 Stückaktien)	159
Einstellung in andere Gewinnrücklagen	32
Bilanzgewinn der Beiersdorf AG	191

Bei den angegebenen Beträgen für die Dividende sind die im Zeitpunkt des Gewinnverwendungsvorschlags des Vorstands dividendenberechtigten Aktien berücksichtigt. Die von der Gesellschaft gehaltenen eigenen Aktien sind gemäß § 71b AktG nicht dividendenberechtigt.

Sollte die Anzahl der eigenen Aktien, die von der Gesellschaft im Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung über die Verwendung des Bilanzgewinns gehalten werden, größer oder kleiner sein als im Zeitpunkt des Gewinnverwendungsvorschlags des Vorstands, vermindert bzw. erhöht sich der insgesamt an die Aktionäre auszuschüttende Betrag um den Dividendenteilbetrag, der auf die Differenz an Aktien entfällt. Der in die anderen Gewinnrücklagen einzustellende Betrag verändert sich gegenläufig um den gleichen Betrag. Die auszuschüttende Dividende pro dividendenberechtigte Stückaktie bleibt hingegen unverändert. Der Hauptversammlung wird gegebenenfalls ein entsprechend modifizierter Beschlussvorschlag unterbreitet werden.

Organe der Beiersdorf AG

EHRENVORSITZENDER DER GESELLSCHAFT

Georg W. Claussen

AUFSICHTSRAT

Name	Wohnort	ausgeübter Beruf	Mitgliedschaften
Prof. Dr. Reinhard Pöllath Vorsitzender	München	Rechtsanwalt P+P Pöllath + Partners	Vorsitzender des Aufsichtsrats - maxingvest ag - SinnerSchradler AG (bis 16.12.2009) - EDOB Abwicklungs AG (vormals Escada AG) Mitglied des Aufsichtsrats - Tchibo GmbH - Wanzl GmbH & Co. Holding KG Member of the Board - Tisbury Capital Limited, London (bis 16.7.2009)
Thorsten Irtz Stellvertretender Vorsitzender	Stapelfeld	Vorsitzender des Betriebsrats der Beiersdorf AG	Mitglied des Aufsichtsrats - maxingvest ag (bis 25.6.2009)
Thomas Holzgreve Stellvertretender Vorsitzender (seit 30. April 2009)	Bad Oldesloe	Mitglied des Vorstands der maxingvest ag	Mitglied des Aufsichtsrats - Tchibo GmbH (seit 15.5.2009)
Dr. Arno Mahler Stellvertretender Vorsitzender (bis zum 30. April 2009)	Hamburg	Kaufmann	Vorsitzender des Aufsichtsrats - GfK SE (vormals GfK AG) - Tchibo GmbH (bis 14.5.2009) Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats - Saarbrücker Zeitung GmbH - Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG (seit 1.6.2009) Mitglied des Aufsichtsrats - maxingvest ag (seit 25.6.2009) Chairman of the Board - Springer Science + Business Media S.A., Luxemburg
Dieter Ammer (bis zum 30. April 2009)	Hamburg	Vorstandsvorsitzender der Conergy AG	Mitglied des Aufsichtsrats - GEA Group AG - Heraeus Holding GmbH
Elke Bruns (seit 30. April 2009)	Norderstedt	Sachbearbeiterin Standards bei der Beiersdorf AG	
Dr. Walter Diembeck	Hamburg	Leiter Bioverträglichkeit – Forschung und Entwicklung der Beiersdorf AG	Mitglied des Aufsichtsrats - maxingvest ag (bis 25.6.2009)
Prof. Dr. Eva Eberhartinger (seit 30. April 2009)	Wien/ Österreich	Universitätsprofessorin und Vize- rektorin für Finanzen an der Wirt- schaftsuniversität Wien/Österreich	
Frank Ganschow (bis zum 30. April 2009)	Kiebitzreihe	Vorsitzender des Betriebsrats der tesa SE	Mitglied des Aufsichtsrats - tesa SE (konzernintern)
Michael Herz	Hamburg	Mitglied des Vorstands der maxingvest ag	Vorsitzender des Aufsichtsrats - Tchibo GmbH (zuvor Mitglied des Aufsichtsrats) (seit 15.5.2009) Mitglied des Aufsichtsrats - maxingvest ag (bis 28.2.2009) - tesa SE (konzernintern)
Dr. Rolf Kunisch	Überlingen	Ehemaliger Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG	Mitglied des Aufsichtsrats - maxingvest ag Mitglied des Beirats - Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG
Tomas Nieber	Bad Mündel	Abteilungsleiter Wirtschafts- und Industriepolitik der Industrie- gewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie	Mitglied des Aufsichtsrats - Evonik Degussa GmbH - maxingvest ag Mitglied des Beirats - Qualifizierungsförderwerk Chemie GmbH
Stefan Pfander (bis zum 30. April 2009)	Berg	Unternehmensberater	Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats - GfK SE (vormals GfK AG) Mitglied des Aufsichtsrats - maxingvest ag Mitglied des Verwaltungsrats - Barry Callebaut AG, Zürich - GfK e.V. (bis 27.1.2009)

Ulrich Plechinger (bis zum 30. April 2009)	Hamburg	Leiter Corporate Pension and Insurance Management der Beiersdorf AG	
Prof. Manuela Rousseau	Rellingen	Leiterin Corporate Social Responsibility der Beiersdorf AG	Professorin der Hochschule für Musik und Theater, Hamburg Mitglied des Aufsichtsrats - maxingvest ag (seit 25.6.2009)
Volker Schopnie (seit 30. April 2009)	Halstenbek	Stellvertretender Vorsitzender des Betriebsrats der Beiersdorf AG	Mitglied des Aufsichtsrats - maxingvest ag (seit 25.6.2009)
Thomas Siemsen (seit 30. April 2009)	Hamburg	Steuerberater/SES Siemsen Eder Steuerberatungsgesellschaft mbH	Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats - TROST Auto Service Technik SE (vormals Coro Holding SE) (zuvor Mitglied des Aufsichtsrats) (seit 1.4.2009) Member of the Board - Joachim Herz Holding Inc., Atlanta, USA

AUSSCHÜSSE DES AUFSICHTSRATS

Mitglieder des Präsidialausschusses	Mitglieder des Prüfungs- und Finanzausschusses	Mitglieder des Nominierungsausschusses	Mitglieder des Vermittlungsausschusses
- Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender)	- Thomas Holzgreve (seit 30. April 2009, Vorsitzender)	- Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender)	- Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender)
- Michael Herz	- Dr. Arno Mahler (bis 30. April 2009, zuvor Vorsitzender)	- Prof. Dr. Eva Eberhartinger (seit 30. April 2009)	- Elke Bruns (seit 30. April 2009)
- Thomas Holzgreve (seit 30. April 2009)	- Dieter Ammer (bis 30. April 2009)	- Thomas Holzgreve (seit 30. April 2009)	- Thorsten Irtz
- Thorsten Irtz	- Dr. Walter Diembeck	- Dr. Rolf Kunisch	- Thomas Holzgreve (seit 30. April 2009)
- Dr. Arno Mahler (bis 30. April 2009)	- Prof. Dr. Eva Eberhartinger (seit 30. April 2009)	- Dr. Arno Mahler (bis 30. April 2009)	- Dr. Arno Mahler (bis 30. April 2009)
	- Prof. Dr. Reinhard Pöllath	- Dr. Arno Mahler (bis 30. April 2009)	- Ulrich Plechinger (bis 30. April 2009)
	- Volker Schopnie (seit 30. April 2009)	- Stefan Pfander (bis 30. April 2009)	

VORSTAND*

Name	Funktion/Verantwortlichkeiten		Mitgliedschaften
Thomas-B. Quaas	Vorsitzender	Unternehmensentwicklung/Konzernkommunikation/Interne Revision	Vorsitzender des Aufsichtsrats - tesa SE (konzernintern) Mitglied des Aufsichtsrats - Euler Hermes Kreditversicherungs-AG
Dr. Bernhard Düttmann	Finance	Finanzen/Controlling/Recht/IT	Mitglied des Aufsichtsrats - tesa SE (konzernintern)
Peter Kleinschmidt	Human Resources	Personal/Nachhaltigkeit/Arbeitsdirektor	
Pieter Nota	Brands	Marketing/Forschung und Entwicklung/Vertrieb	Mitglied des Verwaltungsrats - GfK e.V.
Markus Pinger	Supply Chain	Einkauf/Produktion/Logistik/Qualitätsmanagement	
James C. Wei	New Ways to Business	Neue Vertriebswege	Member of the Board - Li Ning Company Limited

* Die Mitglieder des Vorstands der Beiersdorf AG nehmen im Zusammenhang mit ihrer Aufgabe der Konzernsteuerung und -überwachung auch Mandate in vergleichbaren Kontrollgremien bei Konzern- und Beteiligungsgesellschaften wahr.

Hamburg, 9. Februar 2010

Beiersdorf AG
Der Vorstand

04

GESCHÄFTSBERICHT 2009

Bestätigungen



[www.Geschaeftsbericht.Beiersdorf.de/
Bestaetigungen](http://www.Geschaeftsbericht.Beiersdorf.de/Bestaetigungen)

Bestätigungsvermerk

Wir haben den von der Beiersdorf Aktiengesellschaft, Hamburg, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2009 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und über den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden.

Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt.

Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Hamburg, 10. Februar 2010

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

LUDWIG
WIRTSCHAFTSPRÜFER

OPASCHOWSKI
WIRTSCHAFTSPRÜFER

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 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, 9. Februar 2010

Der Vorstand



THOMAS-B. QUAAS
 VORSITZENDER
 DES VORSTANDS



DR. BERNHARD DÜTTMANN
 MITGLIED
 DES VORSTANDS



MARKUS PINGER
 MITGLIED
 DES VORSTANDS



PETER KLEINSCHMIDT
 MITGLIED
 DES VORSTANDS



PIETER NOTA
 MITGLIED
 DES VORSTANDS



JAMES C. WEI
 MITGLIED
 DES VORSTANDS

The background of the entire page is a soft-focus, light blue image of numerous water bubbles of various sizes, creating a clean and refreshing aesthetic.

05

GESCHÄFTSBERICHT 2009

Weitere Informationen



[www.Geschaeftsbericht.Beiersdorf.de/
Weiterer_Informationen](http://www.Geschaeftsbericht.Beiersdorf.de/Weiterer_Informationen)

Jahresabschluss der Beiersdorf AG nach HGB (Kurzfassung)*

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER BEIERSDORF AG // IN MIO. €

	2008	2009
Umsatzerlöse	1.050	1.054
Sonstige betriebliche Erträge	121	169
Materialaufwand	-228	-270
Personalaufwand	-213	-229
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-46	-46
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-578	-504
Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	35	-
Betriebsergebnis	141	174
Finanzergebnis	213	272
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	354	446
Steuern von Einkommen und Ertrag	-61	-65
Jahresüberschuss	293	381

BILANZ DER BEIERSDORF AG // IN MIO. €

	31.12.2008	31.12.2009
Aktiva		
Immaterielle Vermögensgegenstände	115	81
Sachanlagen	66	66
Finanzanlagen	1.201	1.204
Anlagevermögen	1.382	1.351
Vorräte	1	2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	88	65
Übrige Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände	251	241
Wertpapiere	1.816	1.894
Flüssige Mittel	235	268
Umlaufvermögen	2.391	2.470
	3.773	3.821
Passiva		
Eigenkapital	2.056	2.233
Sonderposten mit Rücklagenanteil	40	42
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	519	452
Übrige Rückstellungen	255	259
Rückstellungen	774	711
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	26	31
Übrige Verbindlichkeiten	877	804
Verbindlichkeiten	903	835
	3.773	3.821

* Der vollständige, mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers versehene Jahresabschluss und Lagebericht der Beiersdorf AG wird im Bundesanzeiger veröffentlicht und beim Unternehmensregister hinterlegt. Der Jahresabschluss und Lagebericht der Beiersdorf AG stehen im Internet unter www.Beiersdorf.de zur Verfügung.

Glossar

Bilanzgewinn

Saldo aus Jahresüberschuss des Geschäftsjahrs, Gewinn- oder Verlustvortrag und Ergebnisverwendung.

Cashflow

Kennzahl zur Beurteilung der Finanz- und Ertragskraft eines Unternehmens. Der Cashflow wird ermittelt aus dem Zufluss und Abfluss von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten aus der laufenden Geschäftstätigkeit, investiver Tätigkeit und Finanzierungstätigkeit.

Consumer Insights

Erkenntnisse über die Wünsche und Bedürfnisse von Verbrauchern. Sie bilden eine wichtige Grundlage für die Entwicklung neuer Ideen und Produkte.

CSR – Corporate Social Responsibility

Sammelbegriff für die von Unternehmen wahrgenommene gesellschaftliche Verantwortung, die ökonomische, ökologische und soziale Aspekte einbezieht.

DAX – Deutscher Aktienindex

Zusammengestellt von der deutschen Börse. Der Index bildet die Wertentwicklung der 30 wichtigsten deutschen Aktienwerte, darunter auch der Beiersdorf AG, ab.

Divestments

Veräußerte Tochtergesellschaften oder Geschäftsteile.

Dividende

Die Dividende ist der auf eine einzelne Aktie entfallende Anteil des ausgeschütteten Gewinns einer Aktiengesellschaft.

EBIT

Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Earnings before Interest and Taxes).

EBIT-Umsatzrendite

Die EBIT-Umsatzrendite, auch EBIT-Marge, berechnet sich aus der Relation von EBIT zu Umsatz.

EBITDA

Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization).

Eigenkapital

Das Eigenkapital eines Unternehmens gibt die Differenz zwischen dem Wert des Vermögens und der Schulden an.

Eigenkapitalquote

Anteil des Eigenkapitals am Gesamtkapital (Bilanzsumme). Gibt Auskunft über die Kapitalkraft und somit über die wirtschaftliche Stabilität eines Unternehmens.

Free Float

Bezeichnet den Streubesitz einer Aktiengesellschaft. Es handelt sich hierbei um den Anteil der ausgegebenen Aktien eines Unternehmens, der im Prinzip für den Börsenhandel zur Verfügung steht.

Gesamtergebnisrechnung

Überleitung von in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Aufwendungen und Erträgen sowie der direkt im Eigenkapital unter Berücksichtigung von latenten Steuern erfassten Veränderungen zum Gesamtergebnis einer Periode.

IAS – International Accounting Standards / IFRS – International Financial Reporting Standards

Internationale Rechnungslegungsvorschriften, die vom International Accounting Standards Board (IASB) erstellt wurden. Nach EU-Verordnung müssen börsennotierte Unternehmen in Europa nach diesen Regeln bilanzieren und berichten.

In Vitro

In der Forschung bezieht sich „in vitro“ auf Experimente, die in einer kontrollierten künstlichen Umgebung außerhalb eines lebenden Organismus durchgeführt werden, zum Beispiel im Reagenzglas.

Konsolidierungskreis

Muttergesellschaft und Gruppe der Tochtergesellschaften, die in den Konzernabschluss einbezogen werden.

Latente Steuern

Bilanzposten für latente Steuern zum Ausgleich des Unterschieds aus zeitlich abweichenden Wertansätzen zwischen den steuerbilanziellen und den im IFRS-Abschluss berücksichtigten Wertansätzen von Vermögenswerten und Schulden sowie aus steuerlichen Verlustvorträgen.

Marktkapitalisierung

Börsenwert einer Aktiengesellschaft. Die Marktkapitalisierung ergibt sich, indem der aktuelle Aktienkurs mit der Anzahl der ausgegebenen Aktien multipliziert wird.

Organisch

Umsatzentwicklung auf vergleichbarer Basis (d.h. ohne etwa Vorjahresumsätze von Divestments, neu hinzugekommene Umsätze von Akquisitionen) und wechselkursbereinigt.

POS – Point of Sale

Ort des Einkaufs (aus Sicht des Konsumenten) bzw. Ort des Verkaufs (aus Sicht des Händlers).

Sondereffekte

Einmalaufwendungen oder -erträge, die das Ergebnis des Beiersdorf Konzerns insgesamt wesentlich beeinflusst haben. Darunter fielen die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain und Divestments.

Supply Chain-Management

Management des Warenverkehrs und des Informationsflusses zwischen einem Unternehmen und seinen Zulieferern und Kunden zur Erreichung strategischer Vorteile. Es umfasst die Prozesse der Materialwirtschaft, der Logistik, des Managements der physischen Distribution, des Einkaufs und des Informationsmanagements.

Stichwortverzeichnis

A

Abschreibungen	37, 83, 86f., 90f., 97f., 101, 103, 115, 128, 143
Afrika/Asien/Australien	4f., 28f., 31, 34f., 87, 96, 132
Aktie	10, 14f., 28ff., 31ff., 74 ff., 80, 100, 105f., 118ff., 129
Aktienrückwerb	105
Akquisitionen	83, 95ff., 101ff., 129
Allgemeine Verwaltungskosten	28, 80, 98
Anteilsbesitz	66, 95, 117f.
Arbeitsschutz	44ff., 48
Asien	3, 4f., 8, 17, 26ff., 31, 34ff., 40, 49, 77, 87, 96, 132
Aufsichtsrat	8, 10, 16ff., 25, 30, 52ff., 59f., 62ff., 74ff., 88, 105, 117, 120ff.

B

Bedingtes Kapital	75, 105
Bestätigungsvermerk	18, 124f., 128
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	10, 25, 28f., 31ff., 39, 80, 83, 86f., 115, 129, 132
Bewertungsmethoden	39, 88f., 91f., 94, 113
Bilanz	37, 82, 88, 92, 94, 99, 101f., 114f., 129, 132f.
Bilanzgewinn	120, 129
BODE Gruppe	28f., 31f., 97, 98

C

Cashflow	38f., 83, 86f., 91f., 102, 115, 129
C-BONS Hair Care	3, 5, 37, 42, 96, 102, 111
Chancen	20, 70, 77f., 125f.
Compliance	18, 55, 68, 71
Consumer Business Strategie	2, 11, 22f., 44, 49, 59, 68
Consumer Insights	2, 70, 129
Consumer Supply Chain	22, 28f., 31, 80, 86f., 98, 113, 115, 128f.
Corporate Governance	16ff., 25, 52f., 55, 57, 67, 117

D

DAX	14f., 129
Derivative Finanzinstrumente	71, 88, 91f., 106, 110ff.
Divestments	28f., 31, 38, 80, 83, 86f., 95ff., 115, 129
Dividende	10, 30, 38, 64ff., 83f., 105, 120, 129, 132, 133

E

EBIT	10, 25, 28f., 31ff., 39, 80, 83, 86f., 115, 129, 132
EBIT-Rendite	39, 86f., 105, 115
EBITDA	86f., 115, 129, 132
Eigenkapital	37, 72, 81f., 84f., 88f., 91ff., 98f., 105f., 109, 113f., 116, 124, 128, 129, 132
Eigenkapitalquote	105, 129, 132
Eigenkapitalveränderungsrechnung	84f., 124
Entsprechenserklärung	17, 25, 52f., 117
Ergebnis je Aktie	30, 80, 100, 132
Erläuterungen zur Bilanz	101ff.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung	98ff.
Ertragslage	22, 28ff., 68, 124ff.
Europa	4f., 8, 10f., 18, 23f., 27, 28f., 31ff., 35f., 40, 49, 73, 77, 87, 95, 132
Eucerin	1ff., 7, 11, 22, 32ff., 41

F

Finanzergebnis	28, 30, 80, 98, 114, 128
Finanzinstrumente	71, 88f., 91f., 98, 100, 106, 110ff.
Finanzkalender	133
Florena	22, 32, 41, 95, 117
Forschung und Entwicklung	1, 3, 13, 23, 29, 39, 40ff., 70, 77, 80, 90, 122, 132
Free Float	15, 129
Fremdkapital	37, 82, 89f., 132
Futuro	28f., 31f., 97f.

G

Gesamtergebnisrechnung	81, 124, 129
Geschäftsentwicklung	14, 16, 18, 78
Gesellschaftliche Verantwortung	46f., 129
Gewinn- und Verlustrechnung	80, 88, 91, 98ff., 106, 124, 129
Glossar	129
Grundkapital	15, 74f., 105, 117, 120

H

Hansaplast	22
Hauptversammlung	10, 17ff., 30, 54ff., 59, 63f., 67, 74ff., 105, 117, 120, 133,
Haut- und Schönheitspflege	1, 2, 7, 11, 22, 40, 88

I-J

IFRS	67, 88ff., 93, 96, 113f., 124f., 129
Immaterielle Vermögenswerte	82, 88, 90, 94, 97f., 101f., 116, 132
Impressum	133
Innovationen	3, 31, 35, 40f., 70, 77
Investitionen	22f., 26, 29, 34, 37ff., 78, 83, 86f., 91, 103, 112f.
Investor Relations	14, 133
Jahresüberschuss	10, 28, 30, 80f., 97, 120, 128f., 132
JUVENA	32, 41f., 95, 117

K

Kapitalflussrechnung	38, 83, 115, 124
Kapitalrendite	25
Kaufpreisallokation	96f., 102
Konsolidierungsgrundsätze	88f., 124
Konsolidierungskreis	95f., 101, 103, 124, 129
Konzernabschluss	17ff., 25, 39, 55ff., 67, 72, 79ff., 124ff., 129
Konzerngesellschaften	95f., 100, 115
Konzernlagebericht	21ff., 117, 124ff.

L

Labello	8, 22
Labtec	36, 96f., 102
La Prairie	1, 7, 11, 22, 32ff., 41, 96, 117
Latente Steuern	81f., 89, 93, 97, 99, 106, 110, 115, 129
Logistik	6, 12, 17, 44, 71, 90, 98, 122, 129

M

Marken	1f., 2, 4f., 7f., 8, 11, 22ff., 32, 34, 40f., 44, 46, 70f., 77f., 88, 102
Marktanteil	3, 11, 22, 25, 27, 36, 39, 58f., 63, 68, 78, 102
Marktkapitalisierung	129, 132
Mitarbeiter	1ff., 11, 19f., 22, 24, 40f., 45, 47f., 49ff., 68f., 77, 86f., 92f., 100, 106, 132

N

Nachhaltigkeit	12, 23, 36, 44ff., 68f., 122
NIVEA	1ff., 7f., 10f., 22, 31ff., 40f., 47, 77, 95f., 100, 102, 106
NIVEA FOR MEN	8, 31, 33f., 41
NIVEA Haus	7, 8

O-P-Q

Operatives Netto-Vermögen	25, 86f., 105, 115f.
Organe	54f., 121f.

Passion for Success	11, 22f., 59, 68
Pensionen	55, 60ff., 82, 88, 92, 94, 98f., 106, 109, 128
Präsidialausschuss	18f., 55, 57, 122
Prognosebericht	77f.
Prüfungs- und Finanzausschuss	18f., 55, 64, 70, 122

Qualität	2f., 6, 8, 12, 22ff., 40, 42, 44, 51, 70, 77, 117, 122
----------------	--

R

Risikobericht	69, 70ff.
Risikomanagement	16, 18, 55f., 69, 70, 72, 113
Rücklagen	82, 84, 106, 114, 120, 128
Rückstellungen	37, 59f., 82f., 88, 92ff., 96f., 98f., 106, 109f., 116, 128, 132

S

Sachanlagen	82f., 88, 90, 94, 103, 116, 128, 132
Satzung	16, 54, 64, 74
Segmentberichterstattung	86f., 98, 100, 115
Sicherheit	42, 44, 70f., 111
SLEK	22, 34
Sondereffekte	28f., 80, 86f., 98, 128, 129

Steuern	30, 55, 80ff., 88f., 93, 99f., 106, 111, 115, 129
Strategie	2, 6, 7, 11, 22ff., 44, 46, 49, 59, 68, 70f.
Supply Chain	1, 6, 11, 12, 22, 24, 28f., 31, 44, 47, 80, 86f., 98, 113, 115, 122, 129

T

tesa	1, 10f., 22ff., 28f., 35ff., 39, 40, 43, 48, 49, 51, 78, 86, 95f., 98, 110, 115, 121f., 132
Tochtergesellschaften	3, 4, 22, 25, 36, 42, 46ff., 50, 72, 88f., 99, 106, 113, 117, 129

U

Umsatz	4f., 10f., 23f., 28ff., 39, 51, 58ff., 63, 77f., 80, 86f., 90, 97f., 115, 128, 129, 132
Umsatzrendite	25, 29ff., 39, 58, 78, 129, 132
Umsatzwachstum	10, 14, 25, 31, 34, 39, 58, 77f.
Umwelt- und Arbeitsschutz	44ff.
Unternehmensbereich Consumer	1, 10f., 22f., 25, 28f., 31ff., 36f., 39, 40ff., 44ff., 49, 58, 62f., 78, 86, 97, 115, 132

V

Verbindlichkeiten	37f., 55, 82f., 86f., 88, 91ff., 96f., 97ff., 115f., 128, 132
Verbraucher	1ff., 6ff., 11, 20, 22, 24, 26, 40ff., 44ff., 70, 77, 129
Vergütung	17ff., 25, 49f., 53ff., 57ff., 117
Vermögenswerte	37, 81ff., 85, 88ff., 96f., 98f., 101f., 107, 112, 114ff., 129, 132
Versicherung des Vorstands	126
Versorgungsleistungen	92, 106ff.
Vorräte	37f., 82f., 88, 90f., 94, 99, 104, 106, 116, 128, 132
Vorstand	8, 10ff., 16ff., 23ff., 30, 52ff., 66f., 70, 73ff., 78, 88, 105, 115, 117, 120ff., 126
Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung	57ff.

W

Währungsumrechnung	81, 85, 89, 106, 108f.
Werthaltigkeitsrechnung	90f., 102
Wertminderung	88, 90f., 98, 102
Wertpapiere	37f., 66f., 82f., 98, 104, 112ff., 128

X-Y-Z

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	37f., 82f., 94, 98, 104, 109, 112, 115, 129, 132
Zahlungsmittelgenerierende Einheit	90, 120
Zehnjahresübersicht	132
Zeitwerte	88, 91f., 94, 96f., 104, 106, 111ff.
Zinsergebnis	107
Zukunft	6, 11, 25, 46f., 52, 57, 78, 107, 125

Zehnjahresübersicht

ZEHNJAHRESÜBERSICHT // IN MIO. € (SOFERN NICHT ANDERS ANGEGEBEN)

	2000	2001	2002	2003 ¹	2004	2005	2006 ²	2007 ²	2008 ²	2009 ²
Umsatz	4.116	4.542	4.742	4.435	4.546	4.776	5.120	5.507	5.971	5.748
Veränderungen zum Vorjahr (in %)	13,1	10,3	4,4	-1,3	2,5	5,1	7,2	7,6	8,4	-3,7
Consumer ⁶	3.448	3.870	4.049	3.739	3.840	4.041	4.327	4.661	5.125	5.011
tesa	668	672	693	696	706	735	793	846	846	737
Europa	2.855	3.183	3.410	3.329	3.388	3.498	3.717	3.909	4.090	3.767
Amerika	832	903	819	638	635	687	738	782	832	851
Afrika/Asien/Australien	429	456	513	468	523	591	665	816	1.049	1.130
EBITDA	538	620	633	614	656	693	660	738	911	722
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	389	466	472	455	483	531	477	616	797	587
Ergebnis vor Steuern	382	468	478	491	492	535	851	644	822	583
Jahresüberschuss	226	285	290	301	302	335	668	442	567	380
Umsatzrendite nach Steuern (in %)	5,5	6,3	6,1	6,4	6,6	7,0	13,0	8,0	9,5	6,6
Ergebnis je Aktie (in €)	0,87	1,11	1,12	1,17	1,29	1,45	2,93	1,93	2,48	1,65
Dividendensumme Anteilseigner	84	109	118	121	121	129	136	159	204	159
Dividende je Aktie (in €)	0,33	0,43	0,47	0,53	0,53	0,57	0,60	0,70	0,90	0,70
Beiersdorf Aktie Jahresschlusskurs⁵	37,17	42,50	35,37	32,07	28,53	34,64	49,12	53,00	42,00	45,93
Marktkapitalisierung am 31.12.	9.366	10.710	8.912	8.081	7.190	8.736	12.378	13.356	10.584	11.574
Materialaufwand	1.112	1.196	1.205	1.149	1.113	1.147	1.229	1.285	1.453	1.199
Personalaufwand	786	817	863	808	804	840	889	889	922	947
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	88	92	93	97	101	109	118	127	149	149
In % vom Umsatz	2,1	2,0	2,0	2,2	2,2	2,3	2,3	2,3	2,5	2,6
Mitarbeiter 31.12.	16.590	17.749	18.183	18.664	16.492	16.769	17.172	21.101	21.766	20.346
Immaterielle Vermögenswerte	118	138	128	94	58	34	30	357	398	382
Sachanlagen	808	871	917	876	887	882	740	699	727	725
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	24	18	22	94	93	5	8	7	11	10
Vorräte	595	695	677	629	558	536	548	598	634	561
Forderungen und sonstige Vermögenswerte ³	804	811	832	789	815	967	940	1.123	2.085	3.417
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	632	714	722	828	290	483	1.230	1.117	613	767
Eigenkapital	1.458	1.636	1.727	1.831	1.033	1.293	1.790	2.070	2.460	2.636
Fremdkapital	1.523	1.611	1.571	1.479	1.668	1.614	1.706	1.831	2.008	1.958
Rückstellungen	752	761	808	790	776	752	809	781	729	750
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	356	337	293	293	308	369	485	573	690	699
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	180	237	191	157	300	197	137	220	246	165
Sonstige Verbindlichkeiten ⁴	235	276	279	239	284	296	275	257	343	344
Bilanzsumme	2.981	3.247	3.298	3.310	2.701	2.907	3.496	3.901	4.468	4.594
Eigenkapitalquote (in %)	49	50	52	55	38	44	51	53	55	57

¹ Angepasst an neue Berichtsstruktur (BSN medical at equity).² Werte enthalten auch Sondereffekte. Wir verweisen auf unsere Anhangangaben auf Seite 98.³ Einschließlich zur Veräußerung gehaltener langfristiger Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen.⁴ Einschließlich zur Veräußerung bestimmten Fremdkapitals.⁵ Werte 2000 bis 2005 angepasst auf Aktienstückzahl nach Aktiensplit.⁶ Consumer-Werte 2000 bis 2002 enthalten die Umsätze der ehemaligen Segmente cosmed und medical.

Finanzkalender

TERMINE

29. April 2010	Hauptversammlung
30. April 2010	Dividendenzahlung
6. Mai 2010	Zwischenbericht Januar bis März 2010
5. August 2010	Zwischenbericht Januar bis Juni 2010
4. November 2010	Zwischenbericht Januar bis September 2010, Finanzanalystenkonferenz
Januar 2011	Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten
Februar/März 2011	Veröffentlichung Geschäftsbericht 2010, Bilanzpressekonferenz, Finanzanalystenkonferenz
21. April 2011	Hauptversammlung
Mai 2011	Zwischenbericht Januar bis März 2011
August 2011	Zwischenbericht Januar bis Juni 2011
November 2011	Zwischenbericht Januar bis September 2011, Finanzanalystenkonferenz

Impressum

HERAUSGEBER

Beiersdorf Aktiengesellschaft
Unnastraße 48, 20245 Hamburg, Deutschland

REDAKTION UND KONZEPT

Corporate Identity:
Telefon: +49 40 4909-2102,
E-Mail: CI@Beiersdorf.com

WEITERE INFORMATIONEN

Corporate Media Relations:
Telefon: +49 40 4909-3077,
E-Mail:
Corporate-Media-Relations@Beiersdorf.com

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

Beiersdorf im Internet:
www.Beiersdorf.de

MITARBEIT

Gestaltung/Realisation:
Strichpunkt GmbH, Stuttgart

Lithografie/Druck:
repro 68 medienfabrik, Hamburg
PRINT-64 Druckwerkstätten, Norderstedt

Fotografie:
Bernd Opitz, Hamburg
Götz Wrage, Hamburg
Boris Rostami-Rabet, Hamburg
Sabine Braun, Horst



Der Geschäftsbericht liegt auch in englischer Sprache vor. Die Onlineversion des Geschäftsberichts sowie der Jahresabschluss und Lagebericht der Beiersdorf AG stehen unter www.Beiersdorf.de/Geschaeftsbericht zur Verfügung. Die Zwischenberichte finden Sie unter www.Beiersdorf.de/Zwischenbericht.



BDF ●●●●

Beiersdorf

Passion for Skin & Beauty Care

Beiersdorf Aktiengesellschaft, Unnastraße 48, 20245 Hamburg, Deutschland
Tel.: +49 40 4909-0, Fax: +49 40 4909-3434
Internet: www.Beiersdorf.de