

Zwischenbericht

Januar – März 2009

NIVEA setzt Wellness-Trend:
Drittes NIVEA Haus in Berlin eröffnet.



Inhalt

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

Zwischenlagebericht Konzern

- 06 Ertragslage Konzern
- 07 Ertragslage Unternehmensbereiche
- 11 Vermögenslage Konzern
- 12 Finanzlage Konzern, Mitarbeiter
- 13 Sonstige Angaben
- 14 Chancen und Risiken, Ausblick 2009

Zwischenabschluss Konzern

- 15 Gewinn- und Verlustrechnung
- 16 Bilanz
- 17 Kapitalflussrechnung, Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen
- 18 Ausgewählte Anhangangaben
- 19 Finanzkalender, Impressum

HÖHEPUNKTE IM ERSTEN QUARTAL



(1)



(2)



(3)



(4)

(1) Europas Verbraucher vertrauen NIVEA.

Bereits zum neunten Mal in Folge erhielt NIVEA den Spitzenplatz bei der Umfrage „Most Trusted Brands“ des Magazins „Reader's Digest“. 31 % aller Befragten aus 16 europäischen Ländern favorisierten in der Kategorie „Kosmetik“ die Marke. Bestnoten gab es für das gute Preis-Leistungs-Verhältnis, die ausgezeichnete Qualität und das Image.

(2) Labello schreibt 100 Jahre Erfolgsgeschichte.

Zum 100. Geburtstag des weltweit ersten Lippenpflegestiftes hat Labello den klassischen blauen Labello als Jubiläumsedition neu aufgelegt. Eine multimediale Ausstellung, die durch 13 deutsche Städte tourte, präsentierte zudem die Entwicklung des deutschen Marktführers in der Lippenpflege – vom Ur-Labello bis zur aktuellen Produktlinie.

(3) Neues Design für NIVEA Body Care.

Neue Produkte, neues Design, neue Kommunikation – NIVEA Body Care hat ein kosmetisches und emotionaleres Image erhalten. Die neue Flaschenform ist einem zart geschwungenen Frauenkörper nachempfunden und soll vor allem die weibliche Zielgruppe wesentlich stärker ansprechen und damit die Position der Marke kräftigen.

(4) NIVEA FOR MEN spricht Fußball-Fans an.

NIVEA FOR MEN geht ab Juli 2009 eine strategische Partnerschaft mit dem Deutschen Fußballbund (DFB) ein: Die Männer-Nationalmannschaft wird künftig exklusiv mit Körper- und Gesichtspflegeprodukten von der Beiersdorf Marke aus gestattet. Bereits seit Ende 2008 tritt Bundestrainer Jogi Löw als Werbegesicht für NIVEA FOR MEN auf.

ZUM TITEL

NIVEA setzt Wellness-Trend: Drittes NIVEA Haus in Berlin eröffnet.

Nach den 2006 und 2008 eröffneten NIVEA Häusern in Hamburg und Dubai hat Beiersdorf am 1. April in Berlin das weltweit dritte NIVEA Haus eröffnet. Am Boulevard Unter den Linden werden auf 500 qm Momente der Erholung mit kosmetischen Kurzanwendungen angeboten, die Besucher nicht im Vorfeld buchen müssen. Mit dem neuen Standort wird der Dialog mit den Verbrauchern im direkten Markenumfeld weiter gestärkt und Trends auf dem wachsenden Markt für Schönheits- und Wellness-Anwendungen gesetzt. Zudem untermauert Beiersdorf mit dem Hauptstadt-Engagement seine Position als eines der weltweit größten Unternehmen für Haut- und Schönheitspflege.

Geschäftsentwicklung im Überblick

Beiersdorf spürt weltweite Kaufzurückhaltung

- » Consumer Umsatz bei einer organischen Entwicklung von –0,5% auf gutem Vorjahresniveau
- » tesa beeinträchtigt durch Nachfragerückgang der Industrie
- » Konzern-EBIT-Rendite 10,1 %
- » Konzernergebnis nach Steuern 100 Mio. €

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2009

- » Consumer Umsatz auf vergleichbarer Basis leicht über Vorjahr
- » Consumer EBIT-Umsatzrendite über 10 %
- » Weiter schwieriger Geschäftsverlauf für tesa

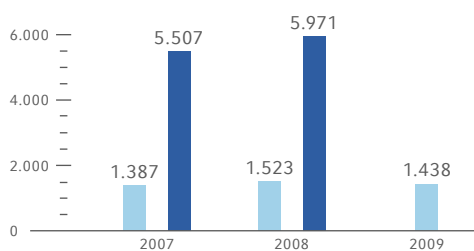
Beiersdorf auf einen Blick

(in Mio. €, sofern nicht anders angegeben)

	01.01.–31.03.2008	01.01.–31.03.2009
Umsatz	1.523	1.438
Veränderung zum Vorjahr in % (wechsellkursbereinigt)	12,9	–5,7
Veränderung zum Vorjahr in % (organisch)	9,2	–4,0
Veränderung zum Vorjahr in % (nominal)	9,8	–5,6
Consumer	1.299	1.267
tesa	224	171
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	197	145
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)*	195	145
Ergebnis nach Steuern	144	100
Umsatzrendite nach Steuern in %	9,4	6,9
Ergebnis je Aktie in €	0,63	0,43
Brutto-Cashflow	170	117
Investitionen (inkl. langfristiger Finanzinvestitionen)	25	27
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	34	37
Mitarbeiter (Anzahl am 31.03.)	21.730	21.866

UMSATZ KONZERN (in Mio. €)

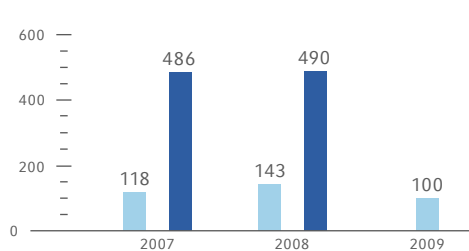
01.01.–31.03. Gesamtjahr



Wachstum (wechsellkursbereinigt) in % 10,9 9,1 12,9 10,6 –5,7

ERGEBNIS NACH STEUERN* (in Mio. €)

01.01.–31.03. Gesamtjahr



Umsatzrendite nach Steuern* in % 8,6 8,8 9,4 8,2 6,9

* Ohne Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain (ausschließlich in Europa).

Segmente im Überblick

Geschäftsentwicklung nach Unternehmensbereichen

UMSATZ (in Mio. €)	01.01.–31.03.2008		01.01.–31.03.2009		Entwicklung in %	
	Anteil in %		Anteil in %		nominal	wechselkurs- bereinigt
Consumer	1.299	85,3	1.267	88,1	-2,4	-2,5
tesa	224	14,7	171	11,9	-23,9	-23,8
Gesamt	1.523	100,0	1.438	100,0	-5,6	-5,7

EBITDA (in Mio. €)	01.01.–31.03.2008		01.01.–31.03.2009		Entwicklung in %	
	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		nominal	
Consumer	192	14,9	166	13,1	-14,0	
tesa	30	13,3	6	3,9	-77,9	
Gesamt	222	14,6	172	12,0	-22,5	

BETRIEBLICHES ERGEBNIS (EBIT) (in Mio. €)	01.01.–31.03.2008		01.01.–31.03.2009		Entwicklung in %	
	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		nominal	
Consumer	173	13,3	144	11,3	-16,9	
Consumer (ohne Sondereffekte)*	171	13,2	144	11,3	-16,0	
tesa	24	10,8	1	0,7	-95,0	
Gesamt	197	13,0	145	10,1	-26,5	
Gesamt (ohne Sondereffekte)*	195	12,9	145	10,1	-25,8	

BRUTTO-CASHFLOW (in Mio. €)	01.01.–31.03.2008		01.01.–31.03.2009		Entwicklung in %	
	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		nominal	
Consumer	148	11,4	110	8,7	-25,6	
tesa	22	10,1	7	3,8	-71,1	
Gesamt	170	11,2	117	8,1	-31,6	

Geschäftsentwicklung nach Regionen

UMSATZ (in Mio. €)	01.01.–31.03.2008		01.01.–31.03.2009		Entwicklung in %	
	Anteil in %		Anteil in %		nominal	wechselkurs- bereinigt
Europa	1.077	70,7	962	66,9	-10,7	-7,4
Amerika	196	12,9	198	13,7	0,7	-3,7
Afrika/Asien/Australien	250	16,4	278	19,4	11,4	0,2
Gesamt	1.523	100,0	1.438	100,0	-5,6	-5,7

BETRIEBLICHES ERGEBNIS (EBIT) (in Mio. €)	01.01.–31.03.2008		01.01.–31.03.2009		Entwicklung in %	
	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		nominal	
Europa	177	16,4	133	13,8	-24,6	
Europa (ohne Sondereffekte)*	175	16,2	133	13,8	-23,7	
Amerika	4	2,1	5	2,5	16,3	
Afrika/Asien/Australien	16	6,7	7	2,5	-57,5	
Gesamt	197	13,0	145	10,1	-26,5	
Gesamt (ohne Sondereffekte)*	195	12,9	145	10,1	-25,8	

* Ohne Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain.

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

Die Beiersdorf Aktie

Im ersten Quartal befand sich die Weltwirtschaft in einem starken Abschwung, der auch durch weltweite Maßnahmen von Zentralbanken und Regierungen nicht aufgefangen werden konnte. Die Konjunkturindikatoren zeigten durchgängig nach unten und wurden durch die Entwicklungszahlen der wichtigsten Volkswirtschaften fortlaufend bestätigt. So prognostizierte der Internationale Währungsfonds (IWF) nach einem Rückgang des Bruttoinlandsprodukts der USA im Vorjahr um 0,8 % eine Schrumpfung bis zum Ende des Jahres 2009 um weitere 2,6 %. Auch in Großbritannien verschlechterte sich die Konjunkturlage nach rückläufigen Vorquartalen zu Beginn des Jahres weiter. Selbst in den sehr dynamischen Volkswirtschaften Asiens verlangsamte sich das konjunkturelle Tempo: Die Entwicklung war in den ersten Monaten des Jahres in einigen asiatischen Ländern sogar rückläufig. Allein in Lateinamerika verlief die Abschwächung der wirtschaftlichen Entwicklung bislang etwas gedämpfter.



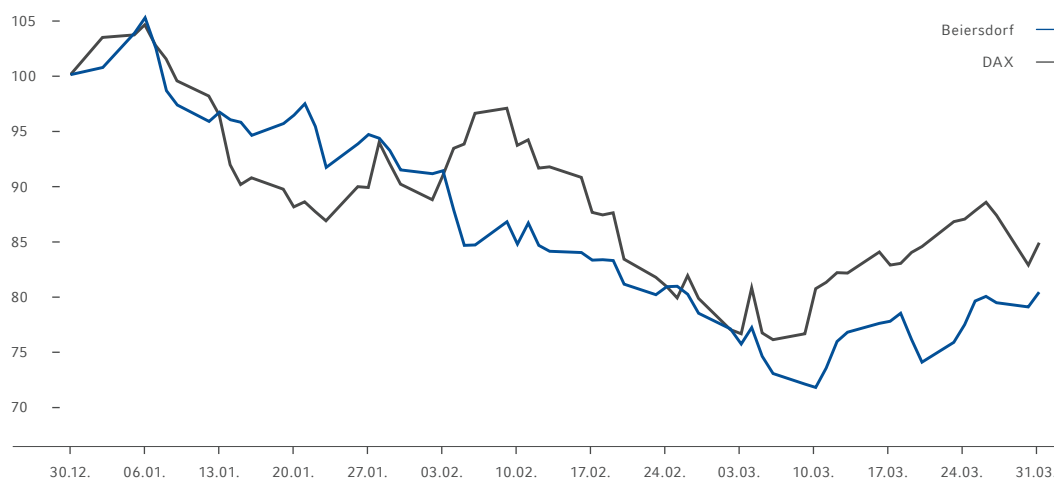
Beiersdorf.de/
IR

In diesem Umfeld waren die internationalen Aktienmärkte im ersten Quartal von fortgesetzt hoher Volatilität geprägt, verursacht vor allem durch weiterhin große Unsicherheit der Anleger hinsichtlich Stärke und Dauer der Rezession. Gegen Ende des Quartals zogen die Kurse nach der Ankündigung des Rückkaufprogramms für belastete Wertpapiere durch das US-Finanzministerium auf breiter Front an. Auch der DAX konnte in dieser Phase etwas an Boden gewinnen und stieg zum Quartalsende auf einen Punktestand von 4.084.

Die Beiersdorf Aktie setzte ihren im Jahr 2008 deutlich über dem DAX liegenden Verlauf zum Jahresbeginn 2009 zunächst fort. Mitte Januar wurden vorab auf einer Investorenkonferenz in New York die Ergebnisse des Vorjahres veröffentlicht. Der Kapitalmarkt nahm diese Zahlen gut auf: Das starke Wachstum des Unternehmensbereichs Consumer in Verbindung mit stabilen Margen fand viel Beachtung und stellte ein sehr gutes Ergebnis des Beiersdorf Konzerns trotz stagnierenden Geschäfts im Unternehmensbereich tesa sicher. Diese vorläufigen Zahlen wurden auf dem Finanzanalysten-Treffen in Hamburg am 28. Februar bestätigt und im Detail vom Vorstand erläutert. Auch aufgrund unserer Zugehörigkeit zum DAX seit Dezember 2008 war im ersten Quartal großes Interesse von Analysten und Investoren am Geschäftsverlauf von Beiersdorf erkennbar, das sich unter anderem in der Aufnahme der Coverage durch weitere Banken manifestierte. Die Unsicherheit des Kapitalmarkts hinsichtlich des weiteren Konjunkturverlaufs resultierte in zahlreichen Veränderungen bei Zielpreisen und Empfehlungen für unsere Aktie, die im Verlauf des Quartals zu einem volatilen Kursverlauf führten. Nach einem teilweise unter dem Index liegenden Verlauf zur Quartalsmitte folgte die Beiersdorf Aktie im März der deutlichen Aufwärtsbewegung der internationalen Aktienmärkte und schloss zum Quartalsende etwas unterhalb des DAX bei 33,79 €.

ENTWICKLUNG DER BEIERSDORF AKTIE IM ZEITRAUM VON JANUAR – MÄRZ 2009

(relative Veränderung in %)



Zwischenlagebericht Konzern

Ertragslage Konzern

- » Umsatz (organisch) um 4,0 % unter Vorjahr
- » EBIT-Umsatzrendite bei 10,1 %
- » Ergebnis nach Steuern bei 100 Mio. €

Der Konzernumsatz lag im ersten Quartal, bereinigt um Wechselkursveränderungen und ohne die Einbeziehung der Vorjahresumsätze unserer Divestments (BODE Gruppe, Futuro Geschäft), um 4,0 % unter dem Vorjahreswert. Nur um Wechselkurseffekte bereinigt lag der Umsatzrückgang bei 5,7 %. Der Unternehmensbereich Consumer lag organisch um 0,5 % und tesa um 23,8 % unter Vorjahr. Zu aktuellen Wechselkursen lag der Konzernumsatz um 5,6 % unter Vorjahr und betrug 1.438 Mio. € (Vorjahr: 1.523 Mio. €).

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (in Mio. €)

	01.01.–31.03.2008	01.01.–31.03.2009
Umsatzerlöse	1.523	1.438
Kosten der umgesetzten Leistungen	–478	–459
Brutto-Ergebnis vom Umsatz	1.045	979
Marketing- und Vertriebskosten	–724	–712
Forschungs- und Entwicklungskosten	–34	–37
Allgemeine Verwaltungskosten	–71	–70
Sonstiges betriebliches Ergebnis	–21	–15
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	195	145
Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	2	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	197	145
Finanzergebnis	10	3
Ergebnis vor Steuern	207	148
Ertragsteuern	–63	–48
Ergebnis nach Steuern	144	100
Ergebnis der Anteilseigner	143	99
Ergebnis anderer Gesellschafter	1	1
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,63	0,43

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) lag bei 145 Mio. € (Vorjahr ohne Sondereffekte: 195 Mio. €). Dies entspricht einer EBIT-Rendite von 10,1 % (Vorjahr: 12,9 %). Während weiterhin Investitionen in Marketing sowie Forschung und Entwicklung aufrecht erhalten wurden, wurden zur EBIT-Sicherung kostenbegrenzende und kostensenkende Maßnahmen eingeleitet.

Das Finanzergebnis lag bei 3 Mio. € (Vorjahr: 10 Mio. €). Ursächlich für den Rückgang sind unter anderem das geringere Zinsniveau sowie die Umschichtung eines Großteils der liquiden Mittel von Bankenfestgeldern in Wertpapiere, deren Wertentwicklung teilweise erst bei Verkauf ergebniswirksam wird.

Das Ergebnis nach Steuern belief sich auf 100 Mio. € (Vorjahr: 144 Mio. €). Die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern betrug 6,9 % (Vorjahr: 9,4 %).

Das Ergebnis je Aktie, bezogen auf 226.818.984 Stück, lag bei 0,43 € (Vorjahr: 0,63 €).

Ertragslage Unternehmensbereiche

Consumer

- » Umsatz des Unternehmensbereichs Consumer auf vergleichbarer Basis auf Vorjahresniveau
- » EBIT-Umsatzrendite Consumer bei 11,3 %

CONSUMER (01.01.–31.03., in Mio. €)

	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2009	834	179	254	1.267
Entwicklung (wechsellkursbereinigt)	–4,7 %	–1,6 %	5,5 %	–2,5 %
Entwicklung (organisch)	–2,7 %	3,5 %	5,5 %	–0,5 %
Entwicklung (nominal)	–8,2 %	2,8 %	17,4 %	–2,4 %
EBIT 2009	135	4	5	144
EBIT-Umsatzrendite 2009	16,2 %	2,2 %	2,0 %	11,3 %
EBIT 2008*	157	3	11	171
EBIT-Umsatzrendite 2008*	17,3 %	2,0 %	5,1 %	13,2 %

* Ohne Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain (ausschließlich in Europa).

Ohne Berücksichtigung der Vorjahresumsätze der 2008 erfolgten Divestments (BODE Gruppe und Futuro Geschäft) blieb der Umsatz mit einer organischen Entwicklung von –0,5 % stabil auf Höhe des guten Vorjahreswerts. Nur bereinigt um Wechselkursveränderungen verringerte sich der Umsatz im ersten Quartal um 2,5 %. Zu aktuellen Kursen erreichte der Umsatz im Unternehmensbereich Consumer 1.267 Mio. € und lag damit um 2,4 % unter dem Vorjahr (1.299 Mio. €).

Der NIVEA-Umsatz weltweit lag auf dem sehr guten Vorjahresniveau. Basierend auf dem starken ersten Quartal 2008 konnten nur NIVEA Bath Care und NIVEA DEODORANT deutliche Steigerungen erzielen. Unsere Marke La Prairie im Luxussegment war in besonderem Ausmaß von den Folgen der negativen wirtschaftlichen Entwicklungen betroffen. Der Umsatz lag deutlich unter dem Vorjahr. Eucerin zeigte im ersten Quartal ein deutlich zweistelliges Wachstum. Neben der guten Entwicklung des bestehenden Sortiments war der Erfolg auch getrieben durch die Neueinführung der DermoDENSIFYER Serie.

Das EBIT lag bei 144 Mio. € (Vorjahr: 171 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite betrug 11,3 % (Vorjahr: 13,2 %).

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG EUROPA (01.01.–31.03., in Mio. €)

	Deutschland	Westeuropa (ohne Deutschland)	Osteuropa	Gesamt
Umsatz 2009	232	460	142	834
Entwicklung (wechsellkursbereinigt)	–0,2 %	–8,0 %	–0,8 %	–4,7 %
Entwicklung (nominal)	–0,2 %	–9,0 %	–16,6 %	–8,2 %

Der Consumer Umsatz in der Region **Europa** lag um 4,7 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) unter dem Vorjahreswert. Zu aktuellen Wechselkursen verringerte sich der Umsatz um 8,2 % auf 834 Mio. € (Vorjahr: 909 Mio. €).

Der Umsatz in **Deutschland** lag mit einer Entwicklung von –0,2 % auf Vorjahresniveau. Bereinigt um die Vorjahresumsätze der Ende 2008 verkauften BODE Gruppe und des Futuro Geschäfts verzeichnete Beiersdorf in Deutschland ein Umsatzwachstum von 7,2 %. Besonders gut entwickelten sich die Umsätze von NIVEA Body Care, NIVEA Hair Care und NIVEA DEODORANT. Auch Eucerin und Florena zeigten starke Wachstumsraten. NIVEA FOR MEN und NIVEA SUN hingegen blieben unter den Vorjahreswerten.

In **Westeuropa** lagen die Umsätze um 8,0 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) unter dem Vorjahreswert. Bereinigt um Divestments lag der Rückgang bei 7,8 %. Die Nordic/Baltic Gruppe konnte gegen den Trend ein Umsatzplus von 7,9 % verzeichnen. Geringere Umsatzeinbußen wurden in der Benelux/Frankreich Gruppe (–3,7 %) und Italien (–4,6 %) verzeichnet, während der Umsatzrückgang insbesondere bei der La Prairie Gruppe (–27,4 %), Griechenland (–18,2 %) und Spanien (–14,9 %) deutlicher ausfiel. Der Umsatzrückgang betraf fast alle NIVEA-Produkte sowie unsere Marke La Prairie. Eucerin hingegen erzielte erneut ein zweistelliges Wachstum.

Die Umsatzentwicklung in **Osteuropa** lag bei –0,8 % (wechsellkursbereinigt). Der organische Umsatz in Osteuropa lag mit einer Entwicklung von –0,2 % auf Höhe des guten Vorjahreswerts. Polen zeigte ein Wachstum von +3,6 %, die Russland/Ukraine Gruppe verzeichnete einen Umsatzrückgang von 4,4 %. Positiv entwickelten sich in dieser Region NIVEA DEODORANT, NIVEA Bath Care und Eucerin, die Umsätze mit NIVEA FOR MEN und NIVEA Body Care waren rückläufig.

Das Consumer EBIT in Europa (ohne Sondereffekte) lag bei 135 Mio. € (Vorjahr: 157 Mio. €). Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite betrug 16,2 % (Vorjahr: 17,3 %).

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG AMERIKA (01.01.–31.03., in Mio. €)

	Nordamerika	Lateinamerika	Gesamt
Umsatz 2009	79	100	179
Entwicklung (wechsellkursbereinigt)	-13,3 %	8,6 %	-1,6 %
Entwicklung (nominal)	-0,7 %	5,7 %	2,8 %

In der Region **Amerika** lag der Umsatz um 1,6 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) unter dem Vorjahreswert. Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 179 Mio. € um 2,8 % über dem Vorjahreswert (174 Mio. €).

Der Umsatz in **Nordamerika** lag um 13,3 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) unter dem des Vorjahreszeitraums. Ohne Berücksichtigung der Vorjahresumsätze des Divestments Futuro lag der Rückgang bei 5,4 %. Die Fokuskategorien NIVEA Body Care, NIVEA FOR MEN und La Prairie hatten unter der in den USA deutlich spürbaren Wirtschaftskrise zu leiden und zeigten besonders in den ersten zwei Monaten des Jahres einen deutlich zweistelligen Umsatzrückgang, der jedoch durch eine positive Entwicklung im März abgemildert wurde. Eucerin erzielte eine leicht positive Wachstumsrate.

In **Lateinamerika** stiegen die Umsätze um 8,6 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Bereinigt um den Vorjahresumsatz des Divestments Futuro lag das Wachstum bei 10,7 %. In allen großen Märkten wurden zweistellige Wachstumsraten erzielt. Neben den wichtigen Märkten Mexiko (+11,7 %) und Brasilien (+17,4 %) trugen besonders die Anden Gruppe (+14,1 %) und Argentinien (+12,8 %) zum Wachstum bei. In dieser Schwerpunktregion entwickelten sich insbesondere NIVEA DEODORANT, NIVEA Body Care und NIVEA SUN sehr gut.

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

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG AFRIKA/ASIEN/AUSTRALIEN (01.01.–31.03., in Mio. €)

	Afrika/Asien/Australien
Umsatz 2009	254
Entwicklung (wechsellkursbereinigt)	5,5 %
Entwicklung (nominal)	17,4 %

Die Region Afrika/Asien/Australien erreichte ein Wachstum von 5,5 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Der Umsatz zu aktuellen Wechselkursen betrug 254 Mio. € und lag damit um 17,4 % über dem Vorjahr (216 Mio. €).

Gut entwickelten sich in dieser Region NIVEA SUN, NIVEA VISAGE und unsere chinesische Haarpflegemarke SLEK. Thailand zeigte eine erfreuliche Wachstumsrate von 13,9 %, erfolgreich waren hier insbesondere NIVEA VISAGE, NIVEA FOR MEN und Eucerin. Das Wachstum der China Gruppe (+12,2 %) wurde vor allem von NIVEA VISAGE, NIVEA FOR MEN und unserer neuen Hair Care Marke SLEK getragen. In Japan blieb der Umsatz konstant, der Zuwachs bei NIVEA FOR MEN und 8x4 konnte die Umsatzrückgänge von NIVEA Body Care und NIVEA Lip Care ausgleichen.

Die EBIT-Entwicklung in dieser Region ist weiter durch die erweiterten Marketinginvestitionen in das chinesische Haarpflegegeschäft beeinflusst. Das EBIT betrug 5 Mio. € (Vorjahr: 11 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 2,0 % (Vorjahr: 5,1 %).

tesa

- » Unternehmensbereich tesa verzeichnet deutliche Umsatzrückgänge
- » EBIT-Umsatzrendite tesa bei 0,7 %



Beiersdorf.de/
tesa

TESA (01.01.–31.03., in Mio. €)

	Europa	Amerika	Afrika/Asien Australien	Gesamt
Umsatz 2009	128	19	24	171
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	-22,2 %	-19,8 %	-34,5 %	-23,8 %
Entwicklung (organisch)	-22,2 %	-19,8 %	-34,5 %	-23,8 %
Entwicklung (nominal)	-24,2 %	-15,6 %	-27,9 %	-23,9 %
EBIT 2009	-2	1	2	1
EBIT-Umsatzrendite 2009	-1,4 %	4,7 %	8,8 %	0,7 %
EBIT 2008	18	1	5	24
EBIT-Umsatzrendite 2008	10,6 %	3,4 %	16,8 %	10,8 %

Der tesa Umsatz lag im ersten Quartal 2009 um 23,8 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) unter dem Vorjahresumsatz. Zu aktuellen Kursen erreichte tesa einen Umsatz von 171 Mio. € und lag damit um 23,9 % unter dem Vorjahr.

Im ersten Quartal 2009 setzte sich die Ende 2008 begonnene Entwicklung fort. Die Auswirkungen der gesamtwirtschaftlichen Krise waren besonders stark im Geschäftsbereich Industrie zu spüren. Davon waren insbesondere Umsätze mit Kunden der Automobil- und Elektroindustrie betroffen. Weniger stark war der Umsatzrückgang beim Endverbrauchergeschäft.

Umsatzrückgänge waren bei tesa in allen Regionen zu verzeichnen.

Das EBIT im Unternehmensbereich tesa lag bei 1 Mio. €, die EBIT-Umsatzrendite betrug 0,7 %.

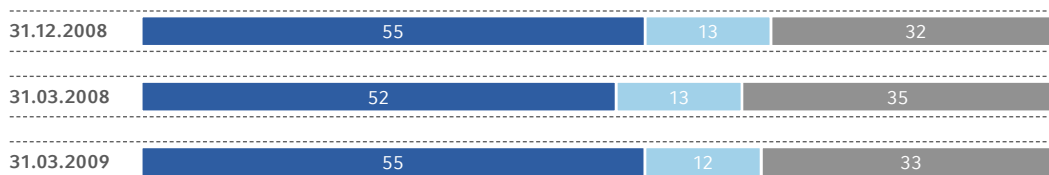
Vermögenslage Konzern

BILANZ (in Mio. €)

AKTIVA	31.12.2008	31.03.2008	31.03.2009
Langfristige Vermögenswerte	1.167	1.075	1.178
Vorräte	634	665	653
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	2.045	1.235	2.310
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	613	1.227	479
	4.459	4.202	4.620
PASSIVA	31.12.2008	31.03.2008	31.03.2009
Eigenkapital	2.460	2.191	2.557
Langfristiges Fremdkapital	599	560	545
Kurzfristiges Fremdkapital	1.400	1.451	1.518
	4.459	4.202	4.620

Die langfristigen Vermögenswerte haben sich gegenüber den Werten zum 31. Dezember 2008 um 11 Mio. € auf 1.178 Mio. € erhöht. Die Investitionen im ersten Quartal 2009 lagen bei 27 Mio. € (Vorjahr: 25 Mio. €). Davon entfielen auf den Geschäftsbereich Consumer 18 Mio. € (Vorjahr: 20 Mio. €) und auf tesa 9 Mio. € (Vorjahr: 5 Mio. €). Die Vorräte stiegen saisonbedingt gegenüber dem Jahresende um 19 Mio. € auf 653 Mio. €. Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich auf 2.310 Mio. €. Im Vergleich zum Vorjahresquartal hat Beiersdorf zur Risikostreuung 1.029 Mio. € seiner liquiden Mittel unter dem Druck der Finanzkrise in Wertpapiere umgeschichtet. Zudem stiegen im Vergleich zum Jahresende die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen saisonal bedingt an. Das langfristige Fremdkapital hat sich seit Jahresende um 54 Mio. € reduziert, da die erste Tranche der Option für die noch in Fremdbesitz befindlichen Anteile an der C-BONS Hair Care Gruppe in die kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten umgegliedert wurde. Ursächlich für den Anstieg des kurzfristigen Fremdkapitals war außerdem die operativ bedingte Erhöhung der kurzfristigen Rückstellungen sowie höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

FINANZIERUNGSSTRUKTUR (in %)



- Eigenkapital
- Langfristiges Fremdkapital
- Kurzfristiges Fremdkapital

Finanzlage Konzern

KAPITALFLUSSRECHNUNG (in Mio. €)

	01.01.–31.03.2008	01.01.–31.03.2009
Brutto-Cashflow	170	117
Cashflow Nettoumlaufvermögen	–43	–45
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	127	72
Cashflow aus investiver Tätigkeit	–1	–144
Free-Cashflow	126	–72
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	–9	–67
Sonstige Veränderungen	–7	5
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	110	–134
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	1.117	613
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.03.	1.227	479

Der Brutto-Cashflow erreichte 117 Mio. €. Der Mittelabfluss aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens lag bei 45 Mio. €. Steigerungen bei den Forderungen um 155 Mio. € und den Vorräten um 18 Mio. € stand der Anstieg der Verbindlichkeiten um 128 Mio. € gegenüber. Insgesamt betrug der Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit 72 Mio. €. Der Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit lag bei 144 Mio. €. Er setzt sich zusammen aus den Auszahlungen für Investitionen von 27 Mio. € und den Erwerb von Wertpapieren von 141 Mio. € sowie Zinseinzahlungen und sonstigen Zuflüssen von 24 Mio. €. Der Free-Cashflow betrug –72 Mio. €. Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von 67 Mio. € resultierte im Wesentlichen aus der Rückführung von Krediten. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente lagen bei 479 Mio. €.

Mitarbeiter

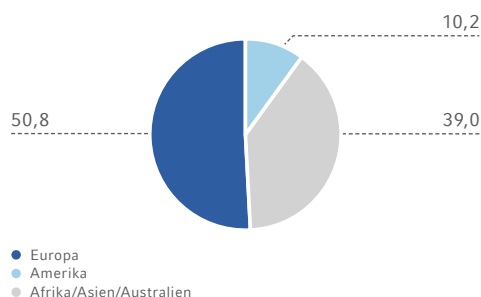


Beiersdorf.de/
Karriere

Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2008 um 100 auf 21.866. Zum 31. März 2009 waren 18.015 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.851 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.

MITARBEITER NACH REGIONEN

(am 31.03.2009, Anteil in %)



Insgesamt: 21.866 Mitarbeiter am 31.03.2009.

Sonstige Angaben

tesa plant Maßnahmenpaket

Die anhaltend schwache Nachfrage im Industriesegment von tesa macht über die Kurzarbeit hinausgehende Einsparungen notwendig, um die krisenbedingten Rückgänge abzufedern. Für die Konzernzentrale des Unternehmensbereichs werden Lohn- und Gehaltseinsparungen von ca. 10 % durch vorübergehende Änderungen der Arbeitszeit geprüft. Darüber hinaus hat der Unternehmensbereich tesa beschlossen, die Logistikstandorte in Stuttgart und Offenburg (Deutschland) sowie den Produktionsstandort Harrislee (Deutschland) und einzelne internationale Produktionsstandorte im Hinblick auf ihre strategische Bedeutung auf den Prüfstand zu stellen. Von den Maßnahmen betroffen sind weltweit rund 400 Mitarbeiter. Die einzelnen Schritte werden sozialverträglich umgesetzt. Ziel der Maßnahmen ist es, die strukturelle Ertragskraft von tesa und die Umsetzung der erfolgreichen Strategie langfristig sicherzustellen. Die weitere Entwicklung wird genau beobachtet, um bei Bedarf flexibel mit geeigneten Maßnahmen zu reagieren. Die Investitionsprojekte, die insbesondere mit dem Einstieg in das neue und attraktive Geschäft mit arzneimittelhaltigen Pflastern für die Pharmaindustrie und dem Ausbau des wachsenden Marktes der Produkte für die Elektronikindustrie verbunden sind, werden wie geplant konsequent weitergeführt. Diese Projekte sind von den Maßnahmen nicht berührt. Sie zielen darauf ab, dass tesa nach der Krise an seine erfolgreiche Entwicklung anknüpfen kann und sichern das langfristige Wachstum.

Nachtrag zum Vergütungsbericht für das Geschäftsjahr 2008

Nach der Aufsichtsratssitzung vom 19. Februar 2009, in der der Konzernabschluss und der Jahresabschluss der Beiersdorf AG gebilligt wurden und dem Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands zugestimmt wurde, haben alle Aufsichtsratsmitglieder auf einen Teil ihrer variablen Vergütung verzichtet. Der Verzicht bezieht sich auf den Teil der Dividende, der 0,70 € je dividendenberechtigte Stückaktie übersteigt, also auf den vorgeschlagenen außerordentlichen Zuschlag in Höhe von 0,20 €. Basierend auf dem Gewinnverwendungsvorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat für die Hauptversammlung ergibt sich daher folgende Vergütung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2008:

GESAMTVERGÜTUNG DES AUFSICHTSRATS FÜR DIE TÄTIGKEIT IM GESCHÄFTSJAHR 2008 (in €)

	Fix ¹		Variabel		Gesamt	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Prof. Dr. Reinhard Pöllath ²	37.500	54.303	99.000	143.361	136.500	197.664
Thorsten Irtz	37.500	37.500	99.000	99.000	136.500	136.500
Dr. Arno Mahlert ³	55.000	43.320	66.000	88.180	121.000	131.500
Dieter Ammer ⁴	62.500	47.439	165.000	98.729	227.500	146.168
Dr. Walter Diembeck	40.000	40.000	66.000	66.000	106.000	106.000
Frank Ganschow	25.000	25.000	66.000	66.000	91.000	91.000
Michael Herz	50.000	50.000	66.000	66.000	116.000	116.000
Dr. Rolf Kunisch	25.000	25.000	66.000	66.000	91.000	91.000
Tomas Nieber	25.000	25.000	66.000	66.000	91.000	91.000
Stefan Pfander	25.000	25.000	66.000	66.000	91.000	91.000
Ulrich Plechinger	25.000	25.000	66.000	66.000	91.000	91.000
Prof. Manuela Rousseau	25.000	25.000	66.000	66.000	91.000	91.000
Gesamt	432.500	422.562	957.000	957.270	1.389.500	1.379.832

¹ Hierin sind der fixe Vergütungsbestandteil sowie die zusätzliche Vergütung für die Mitgliedschaft in Aufsichtsratsausschüssen, für den Aufsichtsratsvorsitz und für stellvertretende Aufsichtsratsvorsitze enthalten.

² Herr Prof. Dr. Pöllath ist seit dem Ablauf der Hauptversammlung am 30. April 2008 Vorsitzender des Aufsichtsrats und des Präsidial-, Nominierungs- und Vermittlungsausschusses; bis zum Ablauf der Hauptversammlung am 30. April 2008 war er stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats.

³ Herr Dr. Mahlert ist seit dem Ablauf der Hauptversammlung am 30. April 2008 stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats.

⁴ Herr Ammer war bis zum Ablauf der Hauptversammlung am 30. April 2008 Vorsitzender des Aufsichtsrats und des Präsidial-, Nominierungs- und Vermittlungsausschusses.

Chancen und Risiken

In Bezug auf Chancen und Risiken verweisen wir auf unseren Risikobericht im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2008. Wesentliche Änderungen der Chancen und Risiken ergaben sich bis zum 31. März 2009 nicht.

Ausblick 2009

Wirtschaftliche Rahmenfaktoren

Die Auswirkungen der aktuellen Wirtschaftskrise auf die Entwicklung der Konjunktur des Jahres 2009 lassen sich nach wie vor nur schwer abschätzen. Die Aussagen im Geschäftsbericht 2008 behalten somit im Wesentlichen ihre Gültigkeit. Wir gehen für unsere Planungen weiterhin von einem deutlichen Rückgang des Wachstums der Weltwirtschaft aus. Einen Rückgang der Wirtschaftsleistung erwarten wir insbesondere in den USA, Westeuropa, Russland und Japan.

Die Entwicklung des weltweiten Kosmetikmarkts wird nach unserer Einschätzung infolge der aktuellen wirtschaftlichen Lage eine rückläufige Tendenz zeigen, wobei die regionalen Entwicklungen sehr unterschiedlich sein können. Für die großen saturierten Märkte Westeuropas sowie der USA rechnen wir teilweise mit Marktrückgängen. Die Wachstumsregionen Osteuropa, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) werden voraussichtlich ein gegenüber den Vorjahren vermindertes Wachstum zeigen.

In den für tesa relevanten Märkten im Industrie- und Konsumbereich erwarten wir eine Fortdauer des Ende 2008 begonnenen Markteinbruchs. Westeuropa und Nordamerika werden deutlich unter dem Vorjahr bleiben. In wesentlichen Industriebereichen wie der Automobilindustrie werden sich die Auswirkungen der Wirtschaftskrise weiter sehr deutlich zeigen.

Geschäftsentwicklung

Für das Gesamtjahr 2009 wird der Beiersdorf **Konzern** die Höhe des Vorjahresumsatzes nicht erreichen können. Auf Basis der aktuellen Entwicklungen im Rahmen der Wirtschaftskrise gehen wir für den Konzern von einer EBIT-Umsatzrendite aus, die unter der des Vorjahres liegen wird.

Der Unternehmensbereich **Consumer** soll auch 2009 weiter stärker wachsen als der Markt und einen Umsatz erreichen, der leicht über Vorjahr liegt. Organisches Wachstum sehen wir vor allem in China, Russland und Brasilien. Da wir weiterhin in Marketing sowie Forschung und Entwicklung investieren, erwarten wir für das Gesamtjahr einen leichten Rückgang der EBIT-Umsatzrendite und streben an, diese im schwierigen Marktumfeld bei über 10 % zu halten.

Der Unternehmensbereich **tesa** geht von einem weiterhin schwierigen wirtschaftlichen Umfeld aus. Da die Umsatzentwicklung insbesondere von der Nachfrageentwicklung der industriellen Kunden abhängig ist, rechnet tesa bei steigenden Marktanteilen mit einer Fortsetzung der rückläufigen Entwicklung des ersten Quartals. Aufgrund der Fortführung der begonnenen Investitionsprojekte und der konjunkturellen Belastung wird tesa 2009 operativ nur eine geringfügig positive EBIT-Umsatzrendite ausweisen können.

Hamburg, im Mai 2009

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Zwischenabschluss Konzern

Gewinn- und Verlustrechnung

(in Mio. €)

	01.01.–31.03.2008	01.01.–31.03.2009
Umsatzerlöse	1.523	1.438
Kosten der umgesetzten Leistungen	–478	–459
Brutto-Ergebnis vom Umsatz	1.045	979
Marketing- und Vertriebskosten	–724	–712
Forschungs- und Entwicklungskosten	–34	–37
Allgemeine Verwaltungskosten	–71	–70
Sonstiges betriebliches Ergebnis	–21	–15
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	195	145
Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	2	–
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	197	145
Finanzergebnis	10	3
Ergebnis vor Steuern	207	148
Ertragsteuern	–63	–48
Ergebnis nach Steuern	144	100
Ergebnis der Anteilseigner	143	99
Ergebnis anderer Gesellschafter	1	1
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,63	0,43

Bilanz

(in Mio. €)

	31.12.2008	31.03.2008	31.03.2009
AKTIVA			
Immaterielle Vermögenswerte	389	345	396
Sachanlagen	727	682	728
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	11	5	12
Sonstige langfristige Vermögenswerte	4	4	4
Latente Steueransprüche	36	39	38
Langfristige Vermögenswerte	1.167	1.075	1.178
Vorräte	634	665	653
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	894	955	1.005
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	128	110	110
Ertragsteuerforderungen	45	27	40
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	81	91	126
Wertpapiere	897	-	1.029
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	613	1.227	479
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen	-	52	-
Kurzfristige Vermögenswerte	3.292	3.127	3.442
	4.459	4.202	4.620
PASSIVA			
Anteile der Anteilseigner der Beiersdorf AG	2.450	2.186	2.551
Anteile anderer Gesellschafter	10	5	6
Eigenkapital	2.460	2.191	2.557
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	235	268	231
Sonstige langfristige Rückstellungen	131	129	125
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	72	50	31
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	6	7	6
Latente Steuerverbindlichkeiten	155	106	152
Langfristiges Fremdkapital	599	560	545
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	363	445	438
Ertragsteuerverbindlichkeiten	99	97	99
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	690	609	711
Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	174	150	158
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	74	150	112
Kurzfristiges Fremdkapital	1.400	1.451	1.518
	4.459	4.202	4.620

Angepasste Vorjahreswerte.

Kapitalflussrechnung

(in Mio. €)

	01.01.–31.03.2008	01.01.–31.03.2009
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	197	145
Auszahlungen für Ertragsteuern	–39	–46
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen	25	27
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)	–8	–9
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen	–5	-
Brutto-Cashflow	170	117
Veränderung der Vorräte	–66	–18
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	–162	–155
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen	185	128
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	127	72
Auszahlungen für Investitionen	–25	–27
Einzahlungen aus Desinvestitionen	12	2
Auszahlungen für den Erwerb von Wertpapieren	-	–141
Einzahlungen aus dem Verkauf von Wertpapieren	-	10
Zinseinzahlungen	11	8
Dividenden- und sonstige Finanzeinzahlungen	1	4
Cashflow aus investiver Tätigkeit	–1	–144
Free-Cashflow	126	–72
Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten	83	56
Auszahlungen aus der Tilgung von Krediten	–82	–109
Zinsauszahlungen	–2	–3
Sonstige Finanzauszahlungen	–8	–11
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	–9	–67
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	–7	5
Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	110	–134
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	1.117	613
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.03.	1.227	479

Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen

(in Mio. €)

	01.01.–31.03.2008	01.01.–31.03.2009
Marktbewertung Finanzinstrumente	4	–3
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	–20	5
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	-	-
Übrige direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen	–6	–5
Summe der direkt im Eigenkapital erfassten Erträge und Aufwendungen	–22	–3
Ergebnis nach Steuern	144	100
Summe der erfassten Erträge und Aufwendungen	122	97
Davon entfallen auf		
– Anteilseigner der Beiersdorf AG	118	101
– andere Gesellschafter	4	–4

Ausgewählte Anhangangaben

Informationen zu Gesellschaft und Konzern

Die Beiersdorf AG hat ihren Firmensitz in der Unnastraße 48 in Hamburg (Deutschland) und ist beim Amtsgericht Hamburg im Handelsregister unter HRB 1787 eingetragen. Das oberste Mutterunternehmen der Gesellschaft ist die maxingvest ag (vormals: Tchibo Holding AG). Die Aktivitäten der Beiersdorf AG und ihrer Tochtergesellschaften („Beiersdorf Konzern“) umfassen im Wesentlichen die Herstellung und den Vertrieb von Markenartikelprodukten in den Bereichen Haut- und Schönheitspflege sowie die Herstellung und den Vertrieb von technischen Klebebändern.

Grundlagen der Erstellung des Abschlusses

Der Konzernzwischenabschluss für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2009 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt. Der Konzernzwischenabschluss sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008 gelesen werden.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für diesen Zwischenbericht wurden die Werte unter Anwendung der International Financial Reporting Standards (IFRS) ermittelt. Auf den Konzernzwischenabschluss wurden die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie im Konzernabschluss 2008 angewandt. Der Zwischenbericht wurde vom Abschlussprüfer nicht geprüft oder einer prüferischen Durchsicht unterzogen.

Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Bezüglich der Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008. Es haben sich bis zum 31. März 2009 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

Corporate Governance

Die Entsprechenserklärung von Aufsichtsrat und Vorstand für das Geschäftsjahr 2008 zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 Aktiengesetz wurde Ende Dezember 2008 abgegeben und ist über unsere Internetseite www.Beiersdorf.de dauerhaft zugänglich.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Es liegen neben den für tesa unter den Sonstigen Angaben beschriebenen Maßnahmen keine Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Bilanzstichtag vor, die eine wesentliche Auswirkung auf den Geschäftsverlauf des Beiersdorf Konzerns haben werden.

Hamburg, im Mai 2009

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Finanzkalender

TERMINE

04. August 2009	Zwischenbericht Januar bis Juni 2009
03. November 2009	Zwischenbericht Januar bis September 2009, Finanzanalystenkonferenz
Januar 2010	Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten
Februar/März 2010	Veröffentlichung Geschäftsbericht 2009, Bilanzpressekonferenz, Finanzanalystenkonferenz
April 2010	Hauptversammlung
Mai 2010	Zwischenbericht Januar bis März 2010
August 2010	Zwischenbericht Januar bis Juni 2010
November 2010	Zwischenbericht Januar bis September 2010, Finanzanalystenkonferenz
Registerbericht Hamburg HRB 1787	

Impressum

HERAUSGEBER

Beiersdorf Aktiengesellschaft
Unnastraße 48, 20245 Hamburg

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

 Der Zwischenbericht liegt auch in englischer Sprache vor und ist im Internet als Onlineversion unter www.Beiersdorf.de/Zwischenbericht verfügbar.



klimaneutral gedruckt 
www.natureOffice.com / DE-138-365646

Aktuelle Informationen

Wenn Sie mehr über Beiersdorf erfahren möchten, besuchen Sie uns im Internet. Auf unserer Internetseite können Sie neben den neuesten Zahlen, Fakten und Pressemitteilungen auch erleben, was uns darüber hinaus bewegt: Emotionen und Innovationen rund um unsere Marken.

 www.Beiersdorf.de

