

Zwischenbericht 1. Januar bis 31. März 2002

BDF 
Beiersdorf



**Dreifach-
Aktivschutz vor:**

1. Umweltstress
2. Hautschädigenden UVA-/UVB-Strahlen
3. Frühzeitiger Hautalterung

mit 

**Dreifach besser geschützt.
Nachgewiesen.**

NEU

Eucerin®

DAS MEDIZINISCHE HAUTPFLEGEPROGRAMM

Nur in der Apotheke

*Schöermann, A.: Clinical study on the protective efficacy of Alpha-Glucosyl-Rutin and pure Vitamin E in a moisturizing day cream with SPF 15 (Eucerin® Hydro-Protect), Beiersdorf AG, 2001 (Data on file).

Anzeige Eucerin Hydro-Protect LSF 15 Feuchtigkeitspflege plus Aktivschutz – seit März geschaltet:
Mit hochwirksamem Alpha-Glucosyl-Rutin und reinem Vitamin E. Schützt vor Umweltstress, aktiviert den
hauteigenen Schutz und wirkt vorzeitiger Hautalterung entgegen.

Aktuelles



Gehört jetzt zu 100 %
zu Beiersdorf:
Florena Cosmetic GmbH



JUVENA/la prairie übernahm
das Haarpflegesortiment von
Marlies Möller



Sehr gut beurteilt:
Internetauftritt der Marke NIVEA

Florena – jetzt 100 %ige Beiersdorf-Tochtergesellschaft

Die Beiersdorf AG gab am 19. März 2002 bekannt, dass sie ihre Beteiligung an der Florena Cosmetic GmbH, Waldheim/Sachsen zum 01. April 2002 auf 100 % von vorher 24,9 % aufstockt. Damit findet die langjährige Verbindung zwischen beiden Unternehmen nun auch ihren wirtschaftlichen Zusammenschluss. Die Marke Florena erreichte im Jahr 2001 einen Umsatz von 53,2 Mio. € (+ 23,1 % zum Vorjahr).

Haarpflegemarkte „Marlies Möller“ geht an JUVENA/la prairie

Mit Wirkung vom 01. Januar 2002 übernahm die Beiersdorf-Tochtergesellschaft JUVENA/la prairie, Zürich, das Haarpflegesortiment von Marlies Möller, Hamburg, das unter dem bekannten Markennamen weitergeführt wird. Im laufenden Jahr wird mit einem Markenumsatz von etwa 4,5 Mio. € gerechnet.

Starkes Wachstum von NIVEA, 8x4, Labello und der JUVENA/la prairie-Gruppe

NIVEA wächst weiterhin stark. NIVEA for men und NIVEA Hair Care entwickelten sich dabei überproportional. Die Marken 8x4 und Labello verzeichneten zweistellige Wachstumsraten. Unterstützt von Innovationen wie JUVENA ENZYME SPECIALIST und JUVENA 3-DIMENSIONAL SELF TAN FACE und BODY erreichte die Juvena/la prairie-Gruppe ein Umsatzwachstum von 11,5 %.

Platz eins für NIVEA.de

Der Internetauftritt der Marke NIVEA (www.NIVEA.de) wurde in der Studie „Kosmetik Online 2001“ als bester Internetauftritt der Kosmetikbranche in Deutschland bewertet. Untersucht wurden die Internetauftritte auf inhaltliche und formale Aspekte sowie auf ihren Nutzen für die Anwender.

Produkte des Jahres in Frankreich

NIVEA body Hautstraffende Körperlotion Q10 und NIVEA DEO COMPACT wurden in Frankreich jeweils mit dem Titel „Produkt des Jahres 2001“ ausgezeichnet. Diese Verbraucherpreise werden seit 15 Jahren von der unabhängigen Organisation „Management Europe Meeting“ an herausragende Innovationen der Branche vergeben.

Aktuelles

Neu von Hansaplast

Im Frühjahr 2002 wurde in Frankreich, Österreich und Belgien das neue Hansaplast Insektensstichpflaster eingeführt. Das Pflaster lindert den Juckreiz, pflegt die Haut und schützt die betroffene Stelle zuverlässig vor dem Aufkratzen und vermindert so das Entzündungsrisiko.



In Frankreich, Österreich und Belgien eingeführt: Hansaplast Insektensstichpflaster

Labello Mango & Ananas

Von Labello gibt es jetzt zwei neue Varianten: Labello Mango und Labello Ananas schenken der hauchdünnen Haut der Lippen wirksame und effektive Pflege. Die Lippenpflegestifte zeichnen sich durch den aromatischen Duft und Geschmack von Mango oder Ananas aus.



Neu: Labello Mango und Labello Ananas

Prix de Beauté Suisse für NIVEA Beauté

Am 24. Januar 2002 wurde von „annabelle“, einer führenden Schweizer Frauenzeitschrift, der „Prix de Beauté Suisse“ verliehen. Dieser Preis für herausragende Pflege- und Kosmetikprodukte wurde an NIVEA Beauté für das Produkt Gloss Lacquer vergeben. Die Auszeichnung soll es Konsumenten erleichtern, aus der Fülle von Neueinführungen auf dem Beauty-Markt die besten Produkte ausfindig zu machen.

tesa: Wachstum mit Baukastensortiment für doppelseitig-klebende Produkte in Asien

Die tesa AG hat ein Baukastensortiment für doppelseitig-klebende Produkte mit verschiedenenfarbigen Polyesterträgern und Trennpapieren/-folien in Asien erfolgreich eingeführt. Mit dem Sortiment konnte – neben den Erfolgsprodukten für die Papierindustrie – in Asien ein weiterer zweistelliger Wachstumsmarkt von tesa erschlossen werden.

BSN medical weiter erfolgreich

Am 01. April 2002 feierte die BSN medical GmbH & Co. KG ihren ersten Geburtstag. Das Neun-Monats-Geschäftsjahr 2001 des Gemeinschaftsunternehmens (50:50) der Beiersdorf AG und der Smith & Nephew plc. konnte in jeder Weise erfolgreich abgeschlossen werden. Der Start ins Jahr 2002 ist gelungen. In den ersten drei Monaten sind Umsatz- und Betriebsergebnis weiter im Plan, und die strategischen Projekte kommen zügig voran.

Geschäftsentwicklung nach Sparten

Umsatz (in Mio. €)	01.01.– 31.12.2001		01.01.– 31.03.2001		01.01.– 31.03.2002		Veränderung in %
	Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		
cosmed	2.955	65,1	733	63,8	786	66,1	7,2
medical	915	20,1	244	21,2	229	19,2	-6,2
tesa	672	14,8	172	15,0	175	14,7	1,8
	4.542	100,0	1.149	100,0	1.190	100,0	3,6
Betriebliches Ergebnis vor Abschreibung (EBITDA) (in Mio. €)		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	
cosmed	461	15,6	119	16,3	127	16,2	6,8
medical	111 ²⁾	12,2	63 ²⁾	25,9	27	11,6	-57,9
tesa	48	7,1	17	9,6	17	9,5	1,1
	620	13,7	199	17,3	171	14,4	-14,2
Betriebliches Ergebnis (EBIT) (in Mio. €)		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	
cosmed	385	13,0	103	14,0	108	13,7	5,3
medical	60 ²⁾	6,6	51 ²⁾	21,0	14	6,0	-73,0
tesa	21	3,1	10	5,8	10	5,8	1,5
	466	10,3	164	14,3	132	11,1	-19,4
Brutto-Cash-Flow (in Mio. €)		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	
cosmed	329	11,1	105	14,3	117	14,9	12,1
medical	87 ²⁾	9,5	56 ²⁾	22,9	25	10,8	-55,7
tesa	40	5,9	15	8,8	16	9,2	7,0
	456	10,6	176	15,3	158	13,3	-9,9

Geschäftsentwicklung nach Regionen

Umsatz ¹⁾ (in Mio. €)	01.01.– 31.12.2001		01.01.– 31.03.2001		01.01.– 31.03.2002		Veränderung in %
	Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		
Deutschland	1.256	27,7	337	29,4	307	25,8	-9,0
Europa ohne Deutschland	1.927	42,3	481	41,8	548	46,1	14,2
Amerika	903	19,9	229	20,0	214	17,9	-7,1
Afrika/Asien/Australien	456	10,1	102	8,8	121	10,2	19,6
	4.542	100,0	1.149	100,0	1.190	100,0	3,6
Betriebliches Ergebnis (EBIT) (in Mio. €)		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	
Deutschland	223 ²⁾	17,8	99 ²⁾	29,2	44	14,3	-55,3
Europa ohne Deutschland	197	10,2	45	9,3	69	12,6	54,6
Amerika	11	1,2	11	4,9	6	2,6	-51,1
Afrika/Asien/Australien	35	7,7	9	9,3	13	11,0	42,0
	466	10,3	164	14,3	132	11,1	-19,4

¹⁾ Die regionalen Umsätze werden nach Sitz der Gesellschaft ausgewiesen.

²⁾ In diesem Betrag sind 38 Mio. € (23 Mio. € nach Steuern) Erlös aus dem Verkauf des Geschäfts der speziellen Wundversorgung enthalten.

Geschäftsentwicklung des Konzerns

Der Konzernumsatz stieg um 3,6 % (+3,1 % ohne Wechselkurseffekte) auf 1.190 Mio. € (Vorjahr: 1.149 Mio. €) und lag über dem Plan für die Berichtsperiode. Auf vergleichbarer Basis betrug das Wachstum 5,1 %.

In den Vorjahreszahlen war noch der Umsatz mit den Produkten der speziellen Wundversorgung (17 Mio. €) enthalten, die zum 31.03.2001 an Smith & Nephew plc. verkauft worden sind. Veränderungen im Konsolidierungskreis hatten keinen wesentlichen Einfluss auf die Umsatzentwicklung.

Die Entwicklung in den Regionen war sehr unterschiedlich. In Deutschland (-9,0 %) und Amerika (-7,1 %) war ein Umsatzrückgang zu verzeichnen. Dieser Effekt wurde durch die gute Entwicklung in Europa ohne Deutschland (+14,2 %) und in der Region Afrika/Asien/Australien (+19,6 %) ausgeglichen.

Das Betriebliche Ergebnis (EBIT) erreichte 132 Mio. €. Dies entspricht einer EBIT-Umsatzrendite von 11,1 %. Das EBIT der Vergleichsperiode betrug 126 Mio. € (10,9 % EBIT-Umsatzrendite) ohne den Sonderertrag von 38 Mio. € aus dem Verkauf des Geschäfts der speziellen Wundversorgung. Diese Steigerung der operativen EBIT-Umsatzrendite wurde trotz deutlich höherer Aufwendungen für Forschung und Entwicklung sowie erhöhter Aufwendungen der allgemeinen Verwaltung zur Modernisierung der EDV-Systeme erzielt.

cosmed – planmäßiges Wachstum

mit +7,2 %

Die Sparte cosmed steigerte den Umsatz um 7,2 % (+7,3 % ohne Wechselkurseffekte) auf 786 Mio. € (Vorjahr: 733 Mio. €).

In Deutschland lag der Umsatz um 4,7 % unter der Vergleichsperiode. Dies ist im Wesentlichen auf eine rückläufige Verbrauchernachfrage in den ersten Monaten dieses Jahres zurückzuführen. Dagegen wuchs der Umsatz in Europa ohne Deutschland um

16,2 % (+15,5 % ohne Wechselkurseffekte), in Osteuropa sogar um 27,9 %.

Umsatzverluste in Argentinien und Brasilien führten zu einer negativen Umsatzentwicklung in Amerika (-7,6 %). Das Wachstum in Afrika/Asien/Australien betrug 21,7 % (23,9 % ohne Wechselkurseffekte).

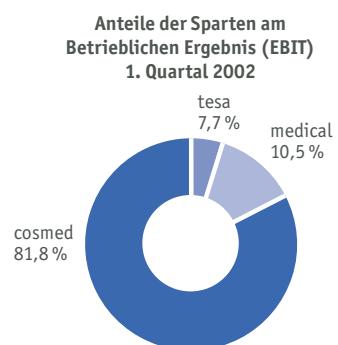
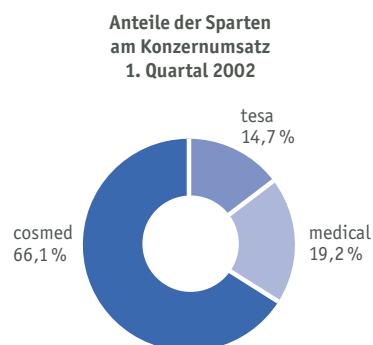
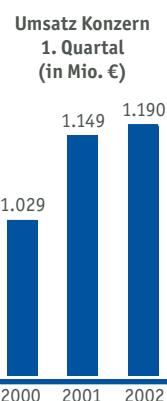
Besonders gut entwickelte sich dabei der Umsatz in Japan. Aber auch die übrigen Gesellschaften in Asien erzielten gute Wachstumsraten.

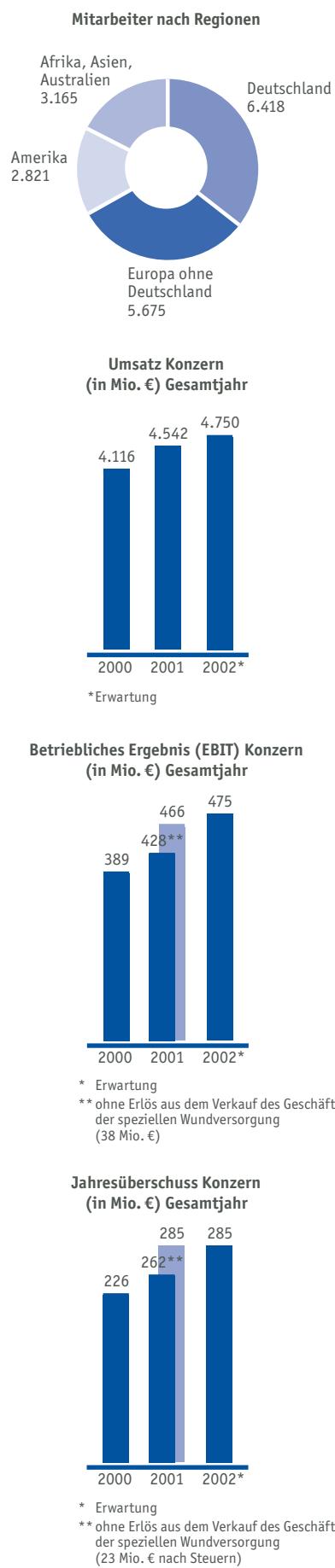
Das EBIT der Sparte cosmed stieg im Berichtszeitraum um 5,3 % auf 108 Mio. € (Vorjahr: 103 Mio. €). Die Sparte cosmed erzielte damit eine EBIT-Umsatzrendite von 13,7 %.

medical – guter Start nach einem Jahr mit Umstrukturierungen

Die Sparte medical blieb mit 229 Mio. € um 15 Mio. € unter dem Vorjahreswert, der 17 Mio. € Umsatz mit den Produkten der speziellen Wundversorgung enthielt, die zum 31.03.2001 verkauft wurden. Ohne Berücksichtigung dieses Sondereffektes lag der Umsatz der Sparte medical über dem Vorjahreswert. Unterstützt durch die gute Umsatzentwicklung der im Vorjahr erworbenen französischen Apothekenmarken ONAGRINE und NOBACTER wuchs der Umsatz im Bereich der medizinischen Hautpflege um 12,5 %. Die regionalen Umsatzzahlen der Sparte medical sind durch die Einbringung des Professionalgeschäfts in das Gemeinschaftsunternehmen BSN medical beeinflusst und mit der Vorperiode nicht vergleichbar.

Das EBIT der Sparte medical lag mit 14 Mio. € deutlich unter dem Ergebnis des Vorjahres (51 Mio. €). Im Vorjahr war das Ergebnis durch 38 Mio. € Ertrag aus dem Verkauf des Geschäfts der speziellen Wundversorgung beeinflusst. Die Sparte medical erreichte in der Berichtsperiode eine operative EBIT-Umsatzrendite von 6,0 % (Vorjahr: 5,4 %).





tesa – weiter leichtes Umsatzwachstum

Der tesa-Umsatz lag mit 175 Mio. € um 1,8 % über der vergleichbaren Vorjahresperiode (+0,7 % ohne Wechselkurseffekte). In Deutschland (-6,7 %) war die Entwicklung beeinflusst durch den Rückgang in der industriellen Produktion sowie durch die Kaufzurückhaltung der Konsumenten. In Europa wuchs das Geschäft um 2,4 % (ohne Wechselkurseffekte 1,2 %) und in Amerika um 7,1 % (ohne Wechselkurseffekte 3,6 %). Erfreulich war das Umsatzwachstum in der Region Afrika/Asien/Australien mit +22,9 % (ohne Wechselkurseffekte +22,0 %). Das tesa EBIT lag bei 10 Mio. € (Vorjahr: 10 Mio. €) und die EBIT-Umsatzrendite bei 5,8 % (Vorjahr: 5,8 %).

Investitionen

Im Berichtszeitraum wurden 36 Mio. € (Vorjahr: 33 Mio. €) in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände investiert. Davon entfielen auf cosmed 23 Mio. € (Vorjahr: 20 Mio. €), auf medical 6 Mio. € (Vorjahr: 6 Mio. €) und auf tesa 7 Mio. € (Vorjahr: 7 Mio. €).

Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich im Berichtszeitraum gegenüber dem Stand vom 31.12.2001 um 330 auf 18.079. Es waren zum Stichtag 9.071 Mitarbeiter bei der Sparte cosmed, 5.294 Mitarbeiter bei der Sparte medical und 3.714 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.

Kapitalflussrechnung

Der Brutto-Cash-Flow der Berichtsperiode betrug 158 Mio. €. Insbesondere die saisonal bedingte Erhöhung der Forderungen führte zu einem Mittelabfluss aus operativer Geschäftstätigkeit und in Verbindung mit den getätigten Investitionen zu einem Free-Cash-Flow von -34 Mio. €.

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2002

Die Sparte cosmed plant für das Jahr 2002 eine Umsatzsteigerung von etwa 8 % bei Fortsetzung der überproportionalen Entwicklung der Marke NIVEA. Der Umsatz in Europa (ohne Deutschland) soll zweistellig wachsen, getrieben durch die gute Entwicklung in Ost-europa. Die EBIT-Umsatzrendite der Sparte cosmed wird oberhalb von 12 % erwartet.

Durch den Verkauf des Geschäfts der speziellen Wundversorgung sowie die strukturellen Effekte aus der Einbringung des Professionalgeschäfts in das Gemeinschaftsunternehmen BSN medical liegt das für 2002 geplante Umsatzwachstum der Sparte medical bei nur 1 %. Bezogen auf den Umsatz mit den verbrauchernahen Marken plant die Sparte medical jedoch eine deutliche Umsatzsteige-rung. Das Ergebnis des Geschäftsjahrs 2002 wird durch Restrukturierungsaufwendungen bei BSN medical in ähnlicher Höhe wie im Vorjahr belastet. Die EBIT-Umsatzrendite wird bei etwa 4 % erwartet.

Für tesa wird die Entwicklung auch im Jahr 2002 weiter stark von der Konjunkturentwicklung beeinflusst. Wir erwarten jedoch, den Umsatz des Jahres 2001 wieder zu erreichen. Da die Umstrukturierung bei tesa noch nicht vollständig beendet ist, wird wie im Vorjahr das Ergebnis 2002 noch Restruk-turierungsaufwand beinhalten. Trotzdem strebt tesa für das Jahr 2002 wiederum eine EBIT-Umsatzrendite von 2 % an.

Für den Konzern planen wir ein Umsatzwachstum von über 5 %. Die EBIT-Umsatzrendite für den Konzern erwarten wir bei über 10 %, die Umsatzrendite nach Steuern bei über 6 %.

Gewinn- und Verlustrechnung des Beiersdorf-Konzerns

(in Mio. €)	01.01.– 31.12. 2001	01.01.– 31.03. 2001	01.01.– 31.03. 2002	Veränderung in %
Umsatzerlöse	4.542	1.149	1.190	3,6
Kosten der umgesetzten Leistungen	-1.725	-412	-428	4,0
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.817	737	762	3,4
Marketing- und Vertriebskosten	-2.042	-521	-527	1,1
Forschungs- und Entwicklungskosten, Allgemeine Verwaltungskosten	-307	-70	-92	31,2
Sonstiges betriebliches Ergebnis	-2	18	-11	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	466*	164*	132	-19,4
Finanzergebnis	2	7	1	-
Ergebnis vor Steuern	468	171	133	-22,5
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-183	-70	-52	-26,3
Ergebnis nach Steuern	285*	101*	81	-19,8
Anderen Gesellschaftern zustehender Gewinn	-6	-1	-2	26,0
Nettoergebnis	279	100	79	-20,4
Ergebnis je Aktie (in €)	3,32	1,19	0,95	-20,4

* In diesem Betrag sind 38 Mio. € (23 Mio. € nach Steuern) Erlös aus dem Verkauf des Geschäfts der speziellen Wundversorgung enthalten.

Bilanz des Beiersdorf-Konzerns

AKTIVA (in Mio. €)	31.12.2001	31.03.2001	31.03.2002
Anlagevermögen	1.027	961	1.023
Vorräte	695	661	719
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	811	1.008	1.009
Wertpapiere und Flüssige Mittel	714	653	665
Umlaufvermögen	2.220	2.322	2.393
	3.247	3.283	3.416
PASSIVA (in Mio. €)			
Gezeichnetes Kapital	215	215	215
Kapitalrücklage	47	47	47
Erwirtschaftetes Kapital am 01.01.	1.123	1.172	1.353
Veränderungen Gewinnrücklagen	165	79	39
Dividende der Beiersdorf AG für das Vorjahr	-84	-84	-109
Konzerngewinn	109	21	38
Veränderung aus Währungsumrechnung	40	11	8
Erwirtschaftetes Kapital am 31.12. / 31.03.	1.353	1.199	1.329
Anteile anderer Gesellschafter	21	18	19
Eigenkapital	1.636	1.479	1.610
Rückstellungen	863	972	966
Verbindlichkeiten	748	832	840
	3.247	3.283	3.416

Kapitalflussrechnung des Beiersdorf-Konzerns

(in Mio. €)	01.01. – 31.12. 2001	01.01. – 31.03. 2001	01.01. – 31.03. 2002
Flüssige Mittel/Wertpapiere zum Beginn des Berichtszeitraums	632	632	714
Brutto-Cash-Flow	456*	176*	158
Mittelveränderung Nettoumlauvermögen/Sonstiges	-109	-137	-165
Mittelveränderung aus operativer Geschäftstätigkeit	347	39	-7
Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit	-185	-22	-27
Free-Cash-Flow	162	17	-34
Mittelveränderung aus Finanzierungstätigkeit	-80	1	-17
Sonstige Veränderungen	0	3	2
Zu-/Abnahme der Flüssigen Mittel/Wertpapiere	82	21	-49
Flüssige Mittel/Wertpapiere am Ende des Berichtszeitraums	714	653	665

* In diesem Betrag sind 38 Mio. € (23 Mio. € nach Steuern) Erlös aus dem Verkauf des Geschäfts der speziellen Wundversorgung enthalten.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden/Konsolidierungskreis

Für diesen Zwischenbericht wurden die Werte unter Anwendung der International Accounting Standards (IAS) ermittelt. Auf den Zwischenabschluss wurden die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie im Jahresabschluss 2001 angewandt.

Im Berichtszeitraum wurde eine Beiersdorf Gesellschaft erstmals in die Konsolidierung einbezogen.

Hamburg, im Mai 2002

Beiersdorf AG
Der Vorstand

Impressum

Herausgeber: Beiersdorf AG, Corporate Identity

Unnastraße 48, 20245 Hamburg, Telefon: 0 40-49 09-0, Telefax: 0 40-49 09-34 34

Weitere Informationen:

Presse und PR: Tel. 0 40-49 09-23 32. E-mail: Info@Beiersdorf.com

Investor Relations: Tel. 0 40-49 09-50 00. E-mail: Investor.Relations@Beiersdorf.com

Beiersdorf im Internet: www.Beiersdorf.de

Dieser Zwischenbericht ist im Internet auch als digitale Version unter „www.Beiersdorf.de“ in der Rubrik „Investor Relations/Zwischenberichte“ verfügbar.

Registergericht Hamburg HRB 1787

Vorstand:

Dr. Rolf Kunisch, Vorsitzender

Dr. Werner Opgenoorth, Thomas-Bernd Quaas,
Rolf-Dieter Schwalb, Dieter W. Steinmeyer, Uwe Wölfer.

Vorsitzender des Aufsichtsrats: Dr. Hans Meinhardt
W02/1771/20D