

Zwischenbericht
1. Januar bis 31. März 2005



Q10

Florena
Ich fühl mich wohl in meiner Haut.

Anzeige für die Q10 Antifalten-Tagescreme von Florena.
Die Creme schützt vor schädlichen Umwelteinflüssen,
die die Haut schneller altern lassen.

Geschäftsentwicklung im Überblick



Deutliche Ertragssteigerung im ersten Quartal 2005

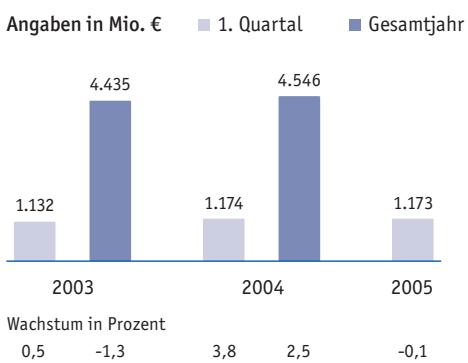
- Umsatz leicht gesteigert (bereinigt um Wechselkursveränderungen)
- Betriebliches Ergebnis (EBIT) steigt um 5,5 %
- Steigerung der EBIT-Umsatzrendite auf 12,3 % (Vorjahr: 11,7 %)
- Ergebnis nach Steuern mit 92 Mio. € deutlich über Vorjahr (88 Mio. €)
- Ergebnis je Aktie steigt auf 1,20 €

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2005

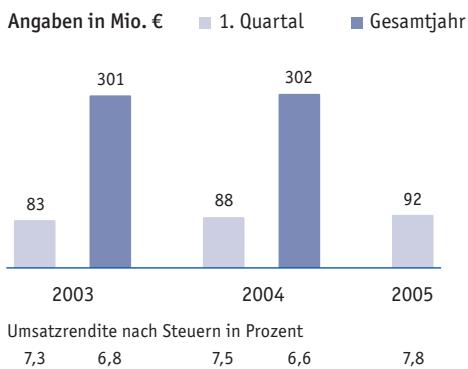
- Umsatzwachstum bereinigt um Wechselkursveränderungen auf Vorjahresniveau
- EBIT-Umsatzrendite bei 11 %
- Umsatzrendite nach Steuern bei 7 %

Entwicklung Beiersdorf Konzern

Umsatz



Ergebnis nach Steuern





Aktuelles

FUTURO übernimmt Marktführerschaft in den USA



Mit der Übernahme der Marktführerschaft in den USA im Marktsegment Bandagen startete FUTURO erfolgreich ins Jahr 2005. Damit belegt die Beiersdorf Marke zum ersten Mal in ihrer 69-jährigen Markengeschichte die Nummer-1-Position in den USA. Der im Dezember 2004 von Nielsen erhobene Marktanteil von 25 % soll 2005 mit neuen innovativen Produkten ausgebaut werden.

Österreich: NIVEA VISAGE New Skin und Hansaplast Insect „Top Innovationen 2004“



Gleich zwei erste Plätze für „besonders gelungene Innovationen“ vergab das österreichische Handelsmagazin CASH im Januar 2005 an Beiersdorf Produkte: Den ersten Platz im Warenkorb „Körperpflege inklusive Babypflege“ vergab die Jury des Fachmagazins für Manager und Mitarbeiter des Lebensmittelhandels an NIVEA VISAGE New Skin. Hansaplast Insect wurde als beste Innovation des Warenkorbs „Non Food Sonstiges“ ausgezeichnet.

50 Jahre Florena Creme – Pflege, die berührt



Mit besonders schönen Jubiläumsdosen feiert die Florena Creme ihr 50-jähriges Jubiläum. Zum großen Aktionsprogramm gehören außerdem eine Mailingaktion, ein großes Gewinnspiel für Verbraucher und ein Fotowettbewerb zum Thema „50 Jahre Florena Creme – Pflege, die berührt“ auf der Website www.Florena.de. Darüber hinaus lädt die Homepage ihre Besucher auf eine virtuelle Reise durch den Zeitgeist der vergangenen fünf Jahrzehnte ein – festgehalten in Florena Werbespots.

NIVEA: Platz 1 bei „Reader's Digest Trusted Brand 2005“



Europaweit genießt NIVEA in der Produktkategorie Hautpflege so großes Vertrauen wie keine andere Marke – das belegt die diesjährige Studie „Reader's Digest Trusted Brands“ erneut. Die Konsumenten kürten die Beiersdorf Marke erstmals in allen teilnehmenden Ländern zur vertrauenswürdigsten Marke ihres Produktfeldes. Damit errang NIVEA u. a. in Deutschland bereits zum fünften Mal in Folge die Spitzenposition. An der repräsentativen Umfrage beteiligten sich rund 25.000 Personen aus 14 europäischen Ländern.

NIVEA FOR MEN und Labello sind „Best New Products 2005“ in Kanada



Am 3. März 2005 erhielten NIVEA FOR MEN Sensitive Lotion und Labello Pearl & Shine Spitzenauszeichnungen bei den kanadischen „Best New Product Awards“: NIVEA FOR MEN Sensitive Lotion gewann in der Kategorie „Men's Personal Care“. Labello Pearl & Shine wurde zum besten Lippenpflegeprodukt gewählt. Die „Best New Products“ werden in der größten kanadischen Umfrage dieser Art von 5.000 kanadischen Verbrauchern gewählt.

Segmente im Überblick

Geschäftsentwicklung nach Unternehmensbereichen

Umsatz (in Mio. €)	01.01 – 31.03. 2004		01.01 – 31.03. 2005		Veränderung in % nominal	wechselkurs- bereinigt
	Anteil in %		Anteil in %			
Consumer	994	84,7	995	84,8	0,1	0,7
tesa	180	15,3	178	15,2	-1,3	-1,0
	1.174	100,0	1.173	100,0	-0,1	0,4

Betriebliches Ergebnis vor Abschreibung (EBITDA) (in Mio. €)	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		Veränderung in % nominal
Consumer	155	15,6	160	16,1	3,7
tesa	20	11,0	22	12,3	9,9
	175	14,9	182	15,5	4,4

Betriebliches Ergebnis (EBIT) (in Mio. €)	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		Veränderung in % nominal
Consumer	124	12,4	129	12,9	4,2
tesa	13	7,4	16	8,8	17,0
	137	11,7	145	12,3	5,5

Brutto-Cashflow (in Mio. €)	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		Veränderung in % nominal
Consumer	131	13,2	140	14,1	7,0
tesa	19	10,8	18	10,2	-6,7
	150	12,8	158	13,5	5,3

Geschäftsentwicklung nach Regionen

Umsatz (in Mio. €)	01.01 – 31.03. 2004		01.01 – 31.03. 2005		Veränderung in % nominal	wechselkurs- bereinigt
	Anteil in %		Anteil in %			
Europa	883	75,2	882	75,1	-0,1	-0,8
Amerika	161	13,7	155	13,2	-3,6	0,3
Afrika/Asien/Australien	130	11,1	136	11,7	5,0	8,7
	1.174	100,0	1.173	100,0	-0,1	0,4

Betriebliches Ergebnis (EBIT) (in Mio. €)	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		Veränderung in % nominal
Europa	117	13,3	126	14,2	7,0
Amerika	5	3,3	5	3,2	-5,1
Afrika/Asien/Australien	15	11,2	14	10,4	-2,4
	137	11,7	145	12,3	5,5

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



Geschäftsentwicklung



Die neuen NIVEA-Shops bieten das gesamte Produktsortiment und intensive Beratung.

► Umsatz leicht gesteigert

► EBIT steigt um 5,5 %

► Ergebnis nach Steuern deutlich über Vorjahr

Der Konzernumsatz lag im Berichtszeitraum bereinigt um Wechselkursveränderungen um 0,4 % über dem Rekordumsatz des Vorjahrs. Im ersten Quartal des Vorjahrs hatten umfangreiche Produkteinführungsaktionen in unseren großen Märkten Deutschland und Nordamerika zu einem Rekordumsatz geführt, der in diesem Jahr noch leicht übertroffen werden konnte. Zu aktuellen Wechselkursen betrug der Umsatz 1.173 Mio. € und lag damit auf Vorjahresniveau (1.174 Mio. €).

Das Betriebliche Ergebnis (EBIT) des Konzerns stieg um 5,5 % auf 145 Mio. € (Vorjahr: 137 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 12,3 % (Vorjahr: 11,7 %).

Das Finanzergebnis betrug 2 Mio. € (Vorjahr: 4 Mio. €). Die Veränderung ist im Wesentlichen bedingt durch höhere Zinsaufwendungen und ein geringeres Zinsergebnis aus Pensionen.

Das Ergebnis nach Steuern erreichte 92 Mio. € (Vorjahr: 88 Mio. €). Die Netto-umsatzrendite stieg auf 7,8 % (Vorjahr: 7,5 %).

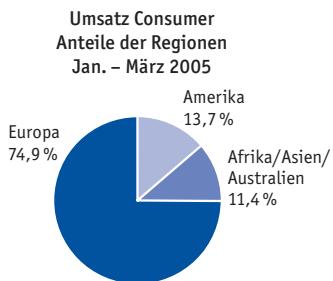
Das Ergebnis je Aktie stieg auf 1,20 € (Vorjahr: 1,09 €).

Unternehmensbereich Consumer: Umsatz 0,7 % über Vorjahr EBIT-Umsatzrendite steigt auf 12,9 %

Der Umsatz übertraf mit einem Wachstum von +0,7 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) den hohen Umsatzwert des Vorjahrs. Die prozentuale Umsatzentwicklung im ersten Quartal lag der Planung entsprechend unter dem Wachstumsziel für das Gesamtjahr. Bei der Umsatzentwicklung ist zu berücksichtigen, dass das erste Quartal im Vorjahr von einer Reihe großer Produktneueinführungen geprägt war. Im Jahr 2005 liegen große Einführungsaktivitäten, wie zum Beispiel von NIVEA BEAUTÉ, später im Jahr.

Zu aktuellen Kursen erreichte der Unternehmensbereich Consumer einen Umsatz von 995 Mio. € und lag damit auf Vorjahresniveau. Das Betriebliche Ergebnis (EBIT) des Bereichs Consumer verbesserte sich mit 129 Mio. € gegenüber dem EBIT der Vorjahresperiode (124 Mio. €). Die operative Umsatzrendite erreichte 12,9 % (Vorjahr: 12,4 %).

Geschäftsentwicklung



In der Region **Europa** lag der Consumer-Umsatz um 0,4 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) unter dem Vorjahreswert. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 0,2 % auf 746 Mio. € (Vorjahr: 745 Mio. €).

Die Umsatzentwicklung mit Kunden in Deutschland lag bedingt durch die überdurchschnittlich gute Vorjahresperiode und den weiterhin auf Grund der allgemeinen Kaufzurückhaltung stagnierenden Markt für Körperpflege und Kosmetikprodukte um 3,3 % unter Vorjahr. Dabei gelang es aber, durch Innovationen wie NIVEA body hautverwöhnende Cremelotion positive Akzente zu setzen. Unser Apothekengeschäft mit den Marken Eucerin und Hansaplast erreichte ein positives Wachstum. Die Exporte verringerten sich um 2,4 %.

In den übrigen europäischen Märkten entwickelten sich die Umsätze sehr unterschiedlich. In Osteuropa erzielten wir nach einem schwierigen Jahr 2004 wieder eine positive Umsatzentwicklung. Bei unserer Gesellschaft in Russland greifen die Maßnahmen zur Konsolidierung des Umsatzes. Eine gute Umsatzentwicklung konnte in Italien, Portugal und Spanien erzielt werden. In Italien wurde das Wachstum von erfolgreichen Aktionen bei NIVEA Bath Care und NIVEA body getragen. In anderen Märkten wie Großbritannien und Skandinavien konnte der Vorjahresumsatz nicht erreicht werden. Dies lag im Wesentlichen an Umsatzverschiebungen zwischen den Quartalen. So bestellte der Handel in Großbritannien Sonnenprodukte von NIVEA SUN erst für den April.

Über alle Länder hinweg wuchs die JUVENA/la prairie Gruppe mit ihren starken Neu einführungen, wie zum Beispiel la prairie Skin Caviar Intensive Ampoule Treatment, deutlich zweistellig.

Das Consumer-EBIT in Europa entwickelte sich überproportional auf 112 Mio. € (Vorjahr: 106 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite stieg auf 15,0 % (Vorjahr: 14,3 %).

In der Region **Amerika** wurde mit +0,6 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) ein leichtes Wachstum erzielt. Gut entwickelte sich der Umsatz in den meisten lateinamerikanischen Märkten. So konnten z. B. in Brasilien, Venezuela und Kolumbien zweistellige Wachstumsraten erzielt werden. In den USA hat sich der Umsatz der Marke la prairie stark positiv entwickelt. Die Entwicklung des übrigen Consumer-Geschäfts in den USA ist dagegen geprägt von einem hohen Umsatz in der Vergleichsperiode durch die Erstbevorratung des Handels in Zusammenhang mit dem Relaunch von NIVEA VISAGE im Vorjahr. Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 136 Mio. € um 3,4 % unter dem Vorjahreswert (141 Mio. €).

Das Consumer-EBIT dieser Region erreichte 5 Mio. € (Vorjahr: 6 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite betrug 3,6 % (Vorjahr: 3,9 %).



Geschäftsentwicklung



Unsere Produktion zeichnet sich durch moderne und effiziente Technik aus.

Afrika/Asien/Australien war in diesem Quartal die wachstumsstärkste Region mit einer Umsatzsteigerung von 8,3 % bereinigt um Wechselkursveränderungen. In China führten unter anderem die Erfolge im Bereich NIVEA FOR MEN zu einem Umsatzwachstum von mehr als 50 %. In Japan erzielte die Gesellschaft durch die Einführung von NIVEA body Q 10 ein zweistelliges Wachstum. Zweistelliges Umsatzwachstum konnte auch in Australien und Südafrika erreicht werden. Veränderungen der Vertriebsstrukturen sowie Neueinführungen werden im Jahresverlauf das Wachstum in dieser Region weiter stärken. Der Umsatz zu aktuellen Wechselkursen erreichte 113 Mio. € und lag damit um 4,3 % über dem Vorjahr (108 Mio. €).

Das Consumer-EBIT dieser Region erreichte 12 Mio. € (Vorjahr: 12 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite betrug 10,4 % (Vorjahr: 11,0 %).

Unternehmensbereich tesa: Umsatz auf Vorjahresniveau EBIT-Umsatzrendite auf 8,8 % gesteigert

Der tesa-Umsatz lag bereinigt um Wechselkursveränderungen und den Verkauf eines kleineren Geschäftsteils im Februar 2004 in den USA auf Vorjahresniveau. Zu aktuellen Kursen lag der Umsatz bei 178 Mio. € und damit um 1,3 % unter Vorjahr. Während die positive Entwicklung im Bereich der Elektro-/Elektronikindustrie anhielt und die Umsätze mit der Druck- und Papierindustrie weiter gesteigert werden konnten, war die Umsatzentwicklung mit der Automobilindustrie und deren Zulieferindustrie aufgrund rückläufiger Nachfrage verhalten. Im Endverbrauchergeschäft lag der Umsatz durch ein verzögertes Einkaufsverhalten für saisonale Produkte noch unter Vorjahr. Auf Grund der Umsatzverschiebungen und der erweiterten und neuen Listungen unserer Produkte im Handel erwarten wir eine Verbesserung der Umsätze im Laufe des Jahres. In Asien und Lateinamerika konnte tesa ein zweistelliges Wachstum erzielen, während in den anderen Regionen der Vorjahresumsatz zum Teil nicht erreicht werden konnte.

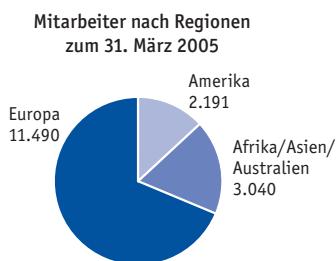
Das EBIT wurde auf 16 Mio. € (Vorjahr: 13 Mio. €) gesteigert, die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 8,8 % (Vorjahr: 7,4 %).

Investitionen

Im Berichtszeitraum wurden 27 Mio. € (Vorjahr: 36 Mio. €) in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte investiert. Davon entfielen auf den Unternehmensbereich Consumer 20 Mio. € (Vorjahr: 30 Mio. €) und auf tesa 7 Mio. € (Vorjahr: 6 Mio. €).

Geschäftsentwicklung

Mitarbeiter



Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich im Berichtszeitraum gegenüber dem Stand vom 31.12.2004 um 229 auf 16.721. Zum Stichtag waren 13.201 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.520 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2005 Ergebnisziele werden bestätigt

In einer insgesamt unveränderten gesamtwirtschaftlichen Situation sollte der Umsatz im Unternehmensbereich Consumer (ohne Wechselkursveränderungen) etwas stärker wachsen als im Jahr 2004. tesa soll sich besser entwickeln als der Markt, aber wird das Wachstum des Vorjahres nicht ganz erreichen. In beiden Unternehmensbereichen sollte sich die EBIT-Umsatzrendite weiter verbessern.

Für den Konzern insgesamt erwarten wir eine bereinigte Umsatzsteigerung auf Vorjahresniveau.

Die EBIT-Umsatzrendite sollte sich in Richtung 11 % (Vorjahr: 10,6 %) verbessern. Die Nettoumsatzrendite sollte fast 7 % (Vorjahr: 6,6 %) erreichen.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für diesen Zwischenbericht wurden die Werte unter Anwendung der International Financial Reporting Standards (IFRS) ermittelt. Auf den Zwischenabschluss wurden mit folgenden Ausnahmen die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie im Jahresabschluss 2004 angewandt: Gemäß dem überarbeiteten IAS 1 „Presentation of Financial Statements“ wurde die Bilanz nach Fristigkeit gegliedert. Weiterhin wurden im Zuge der Neuregelungen durch den IFRS 3 „Business Combinations“, IAS 36 „Impairment of Assets“ und IAS 38 „Intangible Assets“ bestehende Goodwills auf ihren Charakter hin untersucht und weitgehend den immateriellen Vermögenswerten mit bestimmter Nutzungsdauer zugeordnet. Die Anwendung der neuen Standards führte zu keiner Einschränkung der Vergleichbarkeit mit vergangenen Perioden.

Corporate Governance

Die Entsprechenserklärung von Aufsichtsrat und Vorstand der Beiersdorf AG zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß §161 AktG wurde Ende Dezember 2004 abgegeben und ist über unsere Website www.Beiersdorf.de dauerhaft zugänglich.



Die Beiersdorf Aktie

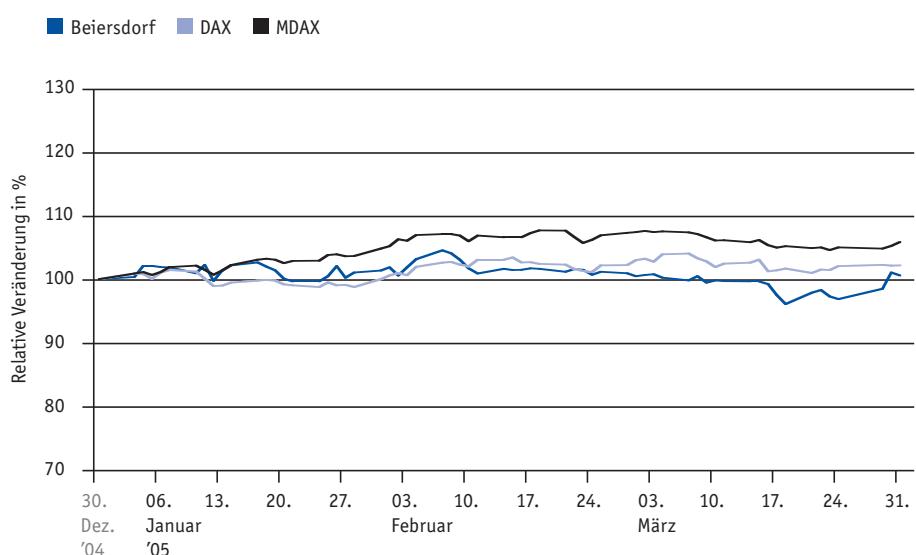


Einer unserer Erfolgsfaktoren: die enge Zusammenarbeit unserer Mitarbeiter.

Nach der starken Aufwärtsbewegung der internationalen Aktienmärkte zum Ende 2004 war die Entwicklung der Märkte zu Beginn des Jahres zunächst sehr schwach. Im Februar konnten die deutschen Aktienindizes – getragen vor allem von Energie- und Rohstoffwerten – dann erheblich zulegen. Hierfür war vor allem die Entwicklung der Rohstoffpreise maßgeblich. Gegen Quartalsende war der DAX durch eine Seitwärtsbewegung gekennzeichnet, um dann mit positivem Trend abzuschließen.

Die Kursentwicklung der Beiersdorf Aktie folgte weitgehend der allgemeinen Entwicklung des Konsumsektors. Kennzeichnend für den Berichtszeitraum war die gegen Ende des Quartals einsetzende Erholung der Indices.

Die Geschäftsentwicklung von Beiersdorf und die Veröffentlichung der Jahresergebnisse auf Bilanzpresse- und Finanzanalystenkonferenz am 30. März sind von der Finanzöffentlichkeit positiv aufgenommen worden. Auf der Basis angehobener Kursziele wird die Beiersdorf Aktie stark nachgefragt und entwickelt sich seitdem besser als der Markt.



Finanzdaten

Gewinn- und Verlustrechnung

(in Mio. €)	01.01. – 31.03. 2004	01.01. – 31.03. 2005	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.174	1.173	-0,1
Kosten der umgesetzten Leistungen	-397	-393	-1,0
Bruttoergebnis vom Umsatz	777	780	0,4
Marketing- und Vertriebskosten	-539	-542	0,5
Forschungs- und Entwicklungskosten	-23	-24	7,1
Allgemeine Verwaltungskosten	-58	-56	-3,8
Sonstiges Betriebliches Ergebnis	-20	-13	-33,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	137	145	5,5
Finanzergebnis	4	2	-41,4
Ergebnis vor Steuern	141	147	4,3
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-53	-55	3,1
Ergebnis nach Steuern	88	92	5,0
Anderen Gesellschaftern zustehender Gewinn	-2	-2	-9,9
Nettoergebnis	86	90	5,3
Ergebnis je Aktie (in €)*	1,09	1,20	9,6

* Berechnet auf Basis der gewichteten Anzahl von Aktien (2004: 78.684.008, 2005: 75.606.328)

Bilanz

Aktiva (in Mio. €)	31.12.2004	31.03.2004	31.03.2005
Immaterielle Vermögenswerte	58	93	50
Sachanlagen	887	870	887
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	93	89	91
Latente Steueransprüche	24	24	27
Langfristige Vermögenswerte	1.062	1.076	1.055
Vorräte	558	647	590
Forderungen aus Lieferungen / Leistungen	669	833	823
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	122	121	134
Wertpapiere und Flüssige Mittel	290	278	255
Kurzfristige Vermögenswerte	1.639	1.879	1.802
	2.701	2.955	2.857
Passiva (in Mio. €)	31.12.2004	31.03.2004	31.03.2005
Anteile der Gesellschafter der Beiersdorf AG	1.021	953	1.125
Anteile anderer Gesellschafter	12	10	8
Eigenkapital*	1.033	963	1.133
Langfristige Rückstellungen	489	497	490
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	19	10	17
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	2	3	2
Latente Steuerverbindlichkeiten	134	127	132
Langfristiges Fremdkapital	644	637	641
Kurzfristige Rückstellungen	358	433	435
Verbindlichkeiten aus Lieferungen / Leistungen	308	270	316
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	185	449	141
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	173	203	191
Kurzfristiges Fremdkapital	1.024	1.355	1.083
	2.701	2.955	2.857

*Vor Gewinnverwendung



Finanzdaten

Kapitalflussrechnung

(in Mio. €)	01.01. – 31.03.2004	01.01. – 31.03.2005
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 01.01.	828	290
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	137	145
Gezahlte Ertragssteuern	-22	-21
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen	38	37
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)	-3	-3
Brutto-Cashflow	150	158
Veränderung der Vorräte	-18	-32
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände	-189	-168
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen	82	67
Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit	25	25
Ausgaben für Investitionen in das Anlagevermögen	-36	-28
Einnahmen aus Abgängen des Anlagevermögens	11	3
Zins-, Dividenden- und sonstige Finanzeinnahmen	15	13
Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit	-10	-12
Free-Cashflow	15	13
Veränderung der Finanzverbindlichkeiten	393	-46
Zins- und sonstige Finanzausgaben	-7	-9
Rückkauf eigener Aktien	-955	-
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-569	-55
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	4	7
Veränderungen der Flüssigen Mittel/Wertpapiere	-550	-35
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 31.03.	278	255

Eigenkapitalentwicklung

(in Mio. €)	01.01. – 31.03.2004	01.01. – 31.03.2005
Eigenkapital – Anfangsbestand	1.831	1.033
Ergebnis nach Steuern	88	92
Rückkauf eigener Aktien	-955	-
Sonstige erfolgsneutrale Veränderungen	-16	-8
Veränderung aus Währungsumrechnungen	15	16
Eigenkapital – Endbestand*	963	1.133

*Vor Gewinnverwendung

Hamburg, im Mai 2005

Beiersdorf AG
Der Vorstand

Finanzkalender

Hauptversammlung	18. Mai 2005
Dividendenzahlung	19. Mai 2005
Zwischenbericht Januar bis Juni 2005	9. August 2005
Zwischenbericht Januar bis September 2005	
Finanzanalystenkonferenz	10. November 2005
Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten	Januar 2006
Wesentliche Unternehmensdaten für das Geschäftsjahr 2005	Februar 2006
Bilanzpressekonferenz	
Finanzanalystenkonferenz	März 2006
Zwischenbericht Januar bis März 2006	Mai 2006
Hauptversammlung	17. Mai 2006
Zwischenbericht Januar bis Juni 2006	August 2006
Zwischenbericht Januar bis September 2006	
Finanzanalystenkonferenz	November 2006

Impressum

Herausgeber: Beiersdorf Aktiengesellschaft, Corporate Information,
Unnastraße 48, 20245 Hamburg
Telefon: 040 4909-0, Telefax: 040 4909-3434

Weitere Informationen:
Presse & PR: Tel.: 040 4909-2332, E-Mail: Presse_PR@Beiersdorf.com
Investor Relations: Tel.: 040 4909-5000
E-Mail: Investor.Relations@Beiersdorf.com
Beiersdorf im Internet: www.Beiersdorf.de

Dieser Zwischenbericht ist im Internet als digitale Version unter „www.Beiersdorf.de“ in der Rubrik „Investor Relations/Finanzberichte“ verfügbar.
Darüber hinaus können gedruckte Zwischenberichte angefordert werden bei:
Beiersdorf AG, Investor Relations, Unnastraße 48, 20245 Hamburg

Registergericht Hamburg HRB 1787
Vorstand: Dr. Rolf Kunisch (Vorsitzender),
Peter Kleinschmidt, Pieter Nota, Markus Pinger,
Thomas-Bernd Quaas, Rolf-Dieter Schwalb, Uwe Wölfer
Vorsitzender des Aufsichtsrats: Dieter Ammer

W05/1771/65D

BDF ● ● ●

Beiersdorf