

BDF ●●●
Beiersdorf

Zwischenbericht
1. Januar bis 30. September 2005

BDF ●●●
Beiersdorf

The advertisement features a woman's face in profile, looking towards the right. A large red 'X' is drawn on her cheek, indicating the area of facial redness. To the right of her face, two Eucerin skincare products are displayed: a tube of 'ANTI-REDNESS CLEANSING GEL' and a bottle of 'ANTI-REDNESS NEUTRALISING DAY CARE SPF 15'. A red arrow points from the text below to the products. A circular badge with the text 'clinically proven' is positioned near the products. Below the products, the text 'Relief from facial redness.' is written in blue.

NEW

clinically proven

Relief from facial redness.

Eucerin®

THE MEDICAL SKINCARE PROGRAM

Internationale Anzeige für Eucerin Anti-Rötungen,
die neue System-Pflegeserie, die Rötungen sichtbar
und nachhaltig reduziert.

Geschäftsentwicklung im Überblick



Deutliche Ertragssteigerung

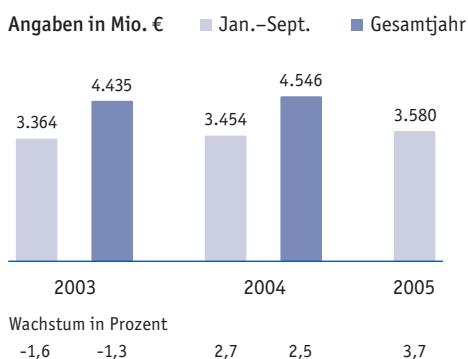
- Umsatzwachstum von 3,3 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen)
- Betriebliches Ergebnis (EBIT) steigt um 10,0 %
- EBIT-Umsatzrendite steigt auf 11,5 % (Vorjahr: 10,8 %)
- Ergebnis nach Steuern mit 268 Mio. € deutlich über Vorjahr (240 Mio. €)
- Ergebnis je Aktie steigt auf 3,48 €

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2005

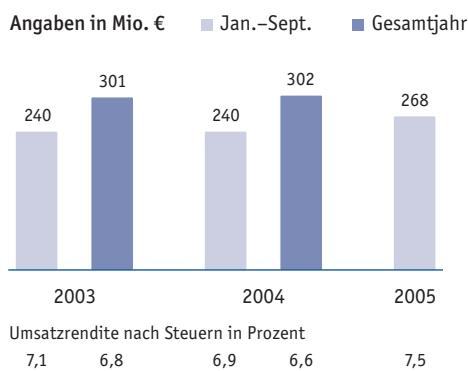
- Umsatz über 4.700 Mio. €
- EBIT deutlich über 500 Mio. €
- EBIT-Umsatzrendite etwa 11 %
- Umsatzrendite nach Steuern etwa 7 %

Entwicklung Beiersdorf Konzern

Umsatz



Ergebnis nach Steuern





Aktuelles



Für eine makellose Haut:
die neuen JUVEDICAL-Produkte
Renewing Body Serum & Cream



Erfolgreiche Produkteinführung in
Thailand: NIVEA FOR MEN WHITENING



Ein Wachstumssegment für atrix:
der koreanische Handpflegemarkt

Neu von JUVENA: JUVEDICAL Renewing Body Serum & Cream

Die erfolgreiche und mehrfach international ausgezeichnete Pflegelinie JUVEDICAL mit der SKIN NOVA TECHNOLOGIE erobert mit einer weiteren Innovation den Markt. Das JUVEDICAL Körperpflege-Duo Renewing Body Serum und Renewing Body Cream vereint Hauterneuerung und Straffung mit den spezifischen Pflegebedürfnissen der Haut am Körper. Das Serum beugt zudem Irritationen, Dehnungsstreifen und Orangenhaut vor. Die ebenso leichte wie reichhaltige Creme versorgt die Haut intensiv mit Feuchtigkeit.

Asien: NIVEA FOR MEN führt Whitening Range ein

Mit der Einführung eines kompletten Whitening Sortiments für Männer stärkt NIVEA FOR MEN seine Marktführerschaft in Asien. Obwohl asiatische Männer häufiger zu Gesichtspflegeprodukten greifen als Europäer, mussten sie bisher auf Whitening Produkte für Frauen ausweichen, da speziell auf männliche Haut abgestimmte Kosmetika fehlten. Die erste Einführung fand im Mai 2005 in Thailand statt; nach nur vier Monaten weist dieser Markt sehr positive Entwicklungen auf. Weitere Länder werden folgen.

Singapur: Eucerin Top-Newcomer 2005

Mit zweistelligen Wachstumsraten gilt die Beiersdorf Marke Eucerin 2005 als einer der erfolgreichsten Einsteiger auf dem Markt von Singapur. Als medizinische Hautpflege für sensible und problematische Haut genießt Eucerin hohes Vertrauen sowohl bei Verbrauchern als auch bei Hautpflegeexperten des Landes – und baut dieses weiter aus. Große Promotion-Erfolge waren die Präsentation der Marke auf der „Regional Conference of Dermatology“ und auf der „Nurses Appreciation Week“ im Tan Tock Seng Hospital, dem zweitgrößten Krankenhaus Singapurs, im Juli dieses Jahres.

Korea: Erfolg von atrix weiter gestärkt

Im August 2005 wurde die neue atrix 5 % Urea in Korea gelauncht und ergänzt das sehr erfolgreiche koreanische atrix Sortiment. Der koreanische Handpflegemarkt gilt als Wachstumssegment, insbesondere für die Beiersdorf Marke: Die Verbraucher vertrauen atrix als sympathischem Handpflege-Experten mit Produkten von verlässlicher Qualität.

Beiersdorf AG und Smith & Nephew bereiten Verkauf von BSN medical vor

Die Beiersdorf AG bereitet zusammen mit dem Partner Smith & Nephew plc., London, den Verkauf des Gemeinschaftsunternehmens BSN medical vor. Das im April 2001 von Beiersdorf und Smith & Nephew als 50:50-Joint Venture gegründete, international tätige Unternehmen zählt zu den führenden Unternehmen in seinen Geschäftsfeldern, ist jedoch durch die Ausrichtung auf professionelle Medizinprodukte nicht Bestandteil des Beiersdorf Consumer-Kerngeschäfts. BSN medical erzielte im Jahr 2004 einen Umsatz von 504 Mio. € und ein operatives Ergebnis (EBIT) von 70 Mio. €.

Weitere aktuelle Informationen aus der Welt von Beiersdorf finden Sie unter www.Beiersdorf.de.

Segmente im Überblick

Geschäftsentwicklung nach Unternehmensbereichen

Umsatz (in Mio. €)	01.07.–30.09. 2004		01.07.–30.09. 2005		01.01.–30.09. 2004		01.01.–30.09. 2005 Anteil in %	Veränderung in % nominal wechselkurs- bereinigt
	Anteil in %	Anteil in %	Anteil in %	Anteil in %	Anteil in %	Anteil in %		
Consumer	914	83,8	964	84,0	2.920	84,5	3.035	84,8
tesa	176	16,2	183	16,0	534	15,5	545	15,2
	1.090	100,0	1.147	100,0	3.454	100,0	3.580	100,0
Betriebliches Ergebnis vor Abschreibung (EBITDA) (in Mio. €)	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	Veränderung in % nominal
Consumer	133	14,6	142	14,7	430	14,7	458	15,1
tesa	22	12,2	22	12,1	57	10,6	64	11,7
	155	14,2	164	14,3	487	14,1	522	14,6
Betriebliches Ergebnis (EBIT) (in Mio. €)	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	Veränderung in % nominal
Consumer	101	11,0	113	11,7	336	11,5	366	12,1
tesa	15	8,5	15	8,5	37	7,0	45	8,2
	116	10,6	128	11,2	373	10,8	411	11,5
Brutto-Cashflow (in Mio. €)	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	Veränderung in % nominal
Consumer	63	6,9	95	9,9	310	10,6	324	10,7
tesa	21	11,9	17	9,5	52	9,7	45	8,3
	84	7,7	112	9,8	362	10,5	369	10,3

Geschäftsentwicklung nach Regionen

Umsatz (in Mio. €)	01.07.–30.09. 2004		01.07.–30.09. 2005		01.01.–30.09. 2004		01.01.–30.09. 2005 Anteil in %	Veränderung in % nominal wechselkurs- bereinigt
	Anteil in %	Anteil in %	Anteil in %	Anteil in %	Anteil in %	Anteil in %		
Europa	792	72,7	823	71,8	2.593	75,1	2.667	74,5
Amerika	159	14,6	171	14,9	468	13,6	484	13,5
Afrika/Asien/Australien	139	12,7	153	13,3	393	11,3	429	12,0
	1.090	100,0	1.147	100,0	3.454	100,0	3.580	100,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT) (in Mio. €)	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	Veränderung in % nominal
Europa	98	12,4	109	13,3	327	12,6	361	13,5
Amerika	3	1,8	7	4,0	5	1,1	14	2,8
Afrika/Asien/Australien	15	10,8	12	7,8	41	10,4	36	8,4
	116	10,6	128	11,2	373	10,8	411	11,5

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



Geschäftsentwicklung



Beiersdorf – mit innovativen Produkten
immer nah am Verbraucher

- ▶ **Umsatzwachstum von 3,3 %**
- ▶ **EBIT-Umsatzrendite steigt auf 11,5 %**
- ▶ **Ergebnis nach Steuern deutlich über Vorjahr**

In den ersten drei Quartalen erzielte der Konzern ein um Wechselkursveränderungen bereinigtes Umsatzwachstum von 3,3 %. Durch eine Wachstumsrate im singulären dritten Quartal in Höhe von 3,8 % konnte das Wachstum weiter gesteigert werden. Der Unternehmensbereich Consumer steigerte im dritten Quartal den Umsatz um 4,0 %, tesa um 2,9 %. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz im Zeitraum von Januar bis September um 3,7 % auf 3.580 Mio. € (Vorjahr: 3.454 Mio. €).

Das Betriebliche Ergebnis (EBIT) des Konzerns stieg überproportional auf 411 Mio. € (Vorjahr: 373 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 11,5 % (Vorjahr: 10,8 %).

Das Finanzergebnis betrug 10 Mio. € (Vorjahr: 9 Mio. €).

Das Ergebnis nach Steuern erreichte 268 Mio. € (Vorjahr: 240 Mio. €). Die Netto-umsatzrendite stieg auf 7,5 % (Vorjahr: 6,9 %).

Das Ergebnis je Aktie stieg auf 3,48 € (Vorjahr: 3,07 €).

Unternehmensbereich Consumer 3,5 % über Vorjahr EBIT-Umsatzrendite steigt auf 12,1 %

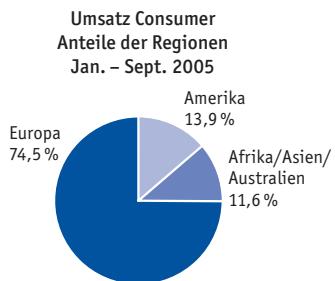
Der Umsatz stieg in der Berichtsperiode um 3,5 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Kursen erreichte der Unternehmensbereich Consumer eine Umsatzsteigerung von 3,9 % auf 3.035 Mio. € (Vorjahr: 2.920 Mio. €). Das Betriebliche Ergebnis (EBIT) des Bereichs Consumer entwickelte sich mit 366 Mio. € gegenüber dem EBIT der Vorjahresperiode (336 Mio. €) überproportional. Die operative Umsatzrendite stieg auf 12,1 % (Vorjahr: 11,5 %).

In der Region **Europa** lag der Consumer Umsatz um 2,8 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) über dem Vorjahreswert. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 3,3 % auf 2.259 Mio. € (Vorjahr: 2.187 Mio. €).

Die Umsatzentwicklung mit Kunden in **Deutschland** wuchs um 1,3 % in einem weiterhin stagnierenden Markt für Körperpflege und Kosmetik. Positiv entwickelten sich NIVEA FOR MEN, NIVEA SUN (Einführung Sofortschutz) und NIVEA Deo (Einführung PURE). Ein gutes Umsatzwachstum erreichte unsere Marke Eucerin im Apotheken-geschäft, insbesondere im Bereich Trockene Haut. Die Exporte aus Deutschland verringerten sich um 2,3 %. Während sich der Export in den Mittleren Osten weiterhin sehr positiv entwickelte, zeigte sich das Exportgeschäft in die GUS-Staaten rückläufig.

In den übrigen europäischen Märkten entwickelten sich die Umsätze weiterhin sehr unterschiedlich. In **Osteuropa** hielt das gute Wachstum bei unseren Gesellschaften an und erreichte +11,6 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Russland trug zu dieser guten Entwicklung überproportional bei.

Geschäftsentwicklung



Vor allem NIVEA FOR MEN, NIVEA Bath Care und NIVEA Hair Care entwickelten sich stark. In Polen trugen insbesondere die Umsätze mit NIVEA VISAGE und NIVEA Baby zum Wachstum bei.

In **Westeuropa** verbesserte sich die Umsatzentwicklung um 2,3 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Mit NIVEA body und NIVEA FOR MEN wurde in Spanien ein starkes Wachstum erzielt, in Portugal stützte die Umsatzentwicklung von NIVEA VISAGE und NIVEA VITAL das gute Wachstum. In Frankreich und der Schweiz konnten die Vorjahreswerte nicht erreicht werden. Insbesondere in der Schweiz war dies Folge eines zunehmenden Preisdrucks im Handel. Über alle Länder hinweg wuchs die JUVENA/La Prairie Gruppe deutlich zweistellig. In ausgewählten Märkten wurde Skin Biology Therapy erfolgreich eingeführt.

Das Consumer EBIT in Europa entwickelte sich überproportional auf 325 Mio. € (Vorjahr: 296 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite stieg auf 14,4 % (Vorjahr: 13,5 %).

In der Region **Amerika** stieg der Umsatz um 2,4 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 423 Mio. € um 3,2 % über dem Vorjahreswert (410 Mio. €). In **Nordamerika** gab es ein insgesamt schwieriges Marktumfeld mit starken Aktivitäten des Wettbewerbs. Die Umsatzentwicklung (bereinigt um Wechselkursveränderungen) lag um 2,2 % unter Vorjahr. Die Marke la prairie erreichte in den USA ein deutlich zweistelliges Umsatzwachstum. In **Latein-amerika** stiegen die Umsätze um 9,9 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) vor allem durch ein zweistelliges Wachstum in Brasilien, Chile, Venezuela und Argentinien.

Das Consumer EBIT dieser Region erreichte 12 Mio. € (Vorjahr: 6 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite stieg auf 2,9 % (Vorjahr: 1,6 %).

Afrika/Asien/Australien erreichte mit einem Wachstum von 9,8 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) nahezu eine zweistellige Wachstumsrate. Das Wachstum in China konnte insbesondere durch NIVEA SUN und NIVEA FOR MEN bei über 50 % gehalten werden. Auch Japan, Südafrika und Korea trugen mit zum Teil zweistelligen Wachstumsraten zur guten Entwicklung bei. Die Veränderungen in den Vertriebsstrukturen in Korea und Neueinführungen wie NIVEA body Q10 und NIVEA VITAL in Japan stützten dieses Wachstum. Der Umsatz zu aktuellen Wechselkursen erreichte 353 Mio. € und lag damit um 9,2 % über dem Vorjahr (323 Mio. €).

Das Consumer EBIT dieser Region erreichte 29 Mio. € (Vorjahr: 34 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite erreichte 8,0 % (Vorjahr: 10,4 %).

Unternehmensbereich tesa wächst um 1,8 % EBIT-Umsatzrendite auf 8,2 % gesteigert

Der tesa-Umsatz lag bereinigt um Wechselkursveränderungen und den Verkauf eines kleineren Geschäftsteils im Februar 2004 in den USA mit +1,8 % leicht über dem Vorjahresniveau. Zu aktuellen Kursen erreichte tesa einen Umsatz von 545 Mio. € und wuchs damit um 2,2 % gegenüber Vorjahr.



Geschäftsentwicklung

Der Großteil dieses Wachstums stammt aus dem tesa Industriegeschäft. Vor allem in den Bereichen der Druck- und Papierindustrie sowie in der Elektro-/Elektronikindustrie konnte tesa im Umsatz deutlich zulegen. Die Umsatzentwicklung mit der Automobilindustrie und deren Zuliefererindustrie lag im dritten Quartal auf dem Niveau des Vorjahrs.

Im Geschäft mit den tesa Endverbrauchern lag der kumulierte Umsatz ebenfalls leicht über dem Vorjahr.

Regional wurde das Umsatz-Wachstum vor allem durch Asien und Lateinamerika getragen. In beiden Regionen hat sich der Umsatz mit einem zweistelligen Wachstum sehr erfreulich entwickelt. Die anderen Regionen lagen leicht über dem Vorjahresumsatz.

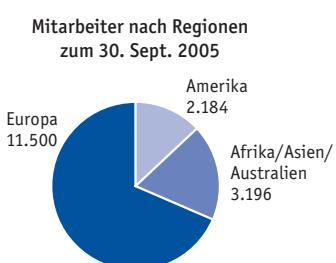
Das EBIT wurde auf 45 Mio. € (Vorjahr: 37 Mio. €) gesteigert, die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 8,2 % (Vorjahr: 7,0 %).

Investitionen

Im Berichtszeitraum wurden 88 Mio. € (Vorjahr: 115 Mio. €) in Sachanlagen und Immaterielle Vermögenswerte investiert. Davon entfielen auf den Unternehmensbereich Consumer 65 Mio. € (Vorjahr: 97 Mio. €) und auf tesa 23 Mio. € (Vorjahr: 18 Mio. €). Ursache für den deutlichen Anstieg bei tesa ist der Bau einer neuen Produktionsstätte in China, um die stark wachsende Elektronik- und Automobilindustrie dort besser bedienen zu können.

Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich gegenüber dem Stand vom 31.12.2004 um 388 auf 16.880. Zum 30. September waren 13.301 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.579 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.



Ausblick auf das Geschäftsjahr 2005

Umsatz über 4.700 Mio. €, EBIT deutlich über 500 Mio. €

In dem insgesamt unveränderten gesamtwirtschaftlichen Umfeld sollte der Umsatz im Unternehmensbereich Consumer im Jahr 2005 erstmalig die 4-Milliarden-Grenze übersteigen. Dies entspricht einer Umsatzsteigerung (ohne Wechselkursveränderungen) von etwa 4 %. tesa sollte eine Umsatzsteigerung von etwa 2 % (ohne Wechselkursveränderungen) erreichen. Für den Konzern insgesamt sollte ein Umsatz zu aktuellen Kursen von über 4.700 Mio. € erreicht werden. Die um Wechselkursveränderungen bereinigte Umsatzsteigerung sollte etwa 3,5 – 4,0 % betragen. Das EBIT im Konzern sollte erstmalig die 500 Mio. € überschreiten. Damit würde sich die EBIT-Umsatzrendite auf etwa 11 % (Vorjahr: 10,6 %) verbessern. Die Nettoumsatzrendite sollte etwa 7 % (Vorjahr: 6,6 %) erreichen.

Sonstige Angaben

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 der 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 zur Veräußerung stehende, at equity bewertete Beteiligung an BSN medical wurde in Anwendung des IFRS 5 als „non-current asset held for sale“ den kurzfristigen Vermögenswerten zugeordnet. Die Anwendung der neuen Standards führte zu keiner Einschränkung der Vergleichbarkeit mit vergangenen Perioden. Der Zwischenbericht wurde vom Wirtschaftsprüfer nicht durchgesehen.

Corporate Governance

Die Entsprechenserklärung von Aufsichtsrat und Vorstand für das Geschäftsjahr 2004 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 Entsprechenserklärung für das Geschäftsjahr 2005 wird Ende Dezember dieses Jahres abgegeben; sie wird auch die Empfehlungen des Kodex in der überarbeiteten Fassung vom 2. Juni 2005 berücksichtigen.



Die Beiersdorf Aktie



„Verbraucherwünsche im Mittelpunkt unserer Arbeit“ – dieses Ziel verbindet mehr als 16.800 Beiersdorf Mitarbeiter weltweit

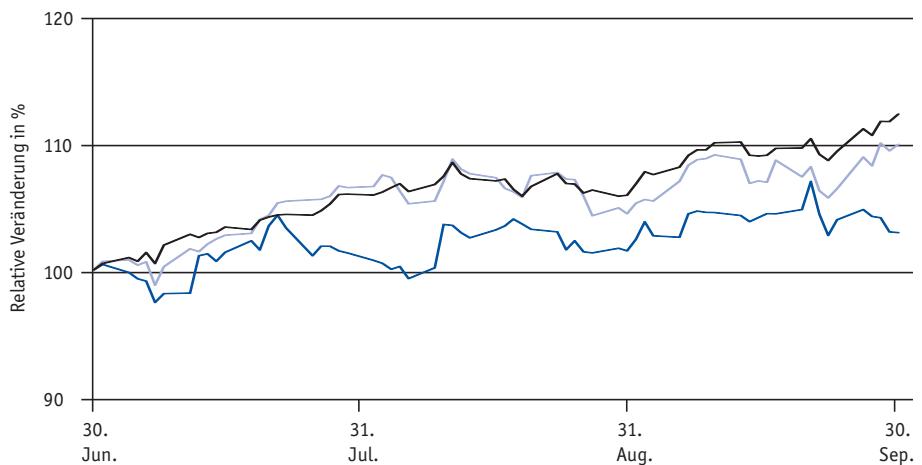
Im dritten Quartal 2005 gab es an den internationalen Aktienmärkten einen deutlich positiven Aufwärtstrend. Während noch im letzten Jahr die Entwicklung des Ölpreises immer wieder für Turbulenzen gesorgt hatte, zeigten sich die Börsen in diesem Jahr, insbesondere im zurückliegenden Quartal, weitgehend stabil. Mehrfach wurden neue Höchstwerte für Rohöl notiert, trotzdem ließen sich die Aktienmärkte hiervon nur kurzfristig beeinflussen und folgten anschließend wieder einem klaren Aufwärtstrend. Der Deutsche Aktienindex nahm im Verlauf des Septembers die wichtige 5.000er-Hürde und schloss zum Ende des Quartals bei 5.044 Punkten.

Auch die Entwicklung im Konsumgütersektor war in den letzten drei Monaten von einer Aufwärtsbewegung geprägt. Dies gilt ebenso für den enger gefassten europäischen HPC-Sektor (Household and Personal Care), dem auch Beiersdorf zugerechnet wird.

Der Kurs der Beiersdorf Aktie entwickelte sich teilweise parallel zum DAX, zeigte jedoch eine eigenständige Dynamik: Gute Unternehmensdaten gaben der Beiersdorf Aktie nach der Veröffentlichung des Halbjahresergebnisses am 9. August Auftrieb und führten zu vermehrten Kaufempfehlungen sowie steigenden Kurszielen. Auch die Ankündigung des Verkaufs von BSN medical (professionelle Medizinprodukte) und die damit verbundene weitere Fokussierung auf das Consumer-Geschäft wurde vom Markt positiv aufgenommen, führte allerdings zu keinen starken Kursveränderungen. Im Laufe des Septembers streifte die Beiersdorf Aktie die 100-Euro-Marke, tendierte in der Folge leichter und schloss zum Quartalsende bei 95,50 €.

Entwicklung der Beiersdorf Aktie im dritten Quartal

■ Beiersdorf ■ DAX ■ MDAX



Finanzdaten

Gewinn- und Verlustrechnung

(in Mio. €)	01.07.–30.09. 2004	01.07.–30.09. 2005	01.01.–30.09. 2004	01.01.–30.09. 2005	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.090	1.147	3.454	3.580	3,7
Kosten der umgesetzten Leistungen	-401	-417	-1.216	-1.235	1,6
Bruttoergebnis vom Umsatz	689	730	2.238	2.345	4,8
Marketing- und Vertriebskosten	-489	-523	-1.581	-1.648	4,3
Forschungs- und Entwicklungskosten	-23	-27	-72	-79	9,6
Allgemeine Verwaltungskosten	-60	-51	-175	-165	-5,7
Sonstiges Betriebliches Ergebnis	-1	-1	-37	-42	15,7
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	116	128	373	411	10,0
Finanzergebnis	5	4	9	10	24,3
Ergebnis vor Steuern	121	132	382	421	10,3
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-41	-44	-142	-153	7,5
Ergebnis nach Steuern	80	88	240	268	12,0
Anderen Gesellschaftern zustehender Gewinn	-1	-1	-5	-5	7,9
Nettoergebnis	79	87	235	263	12,1
Ergebnis je Aktie (in €)*	-	-	3,07	3,48	13,6

* Berechnet auf Basis der gewichteten Anzahl von Aktien (2004: 76.632.221, 2005: 75.606.328)

Bilanz

Aktiva (in Mio. €)	31.12.2004	30.09.2004	30.09.2005
Immaterielle Vermögenswerte	58	74	43
Sachanlagen	887	891	891
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	93	100	21
Sonstige langfristige Vermögenswerte	-	-	2
Latente Steueransprüche	24	27	33
Langfristige Vermögenswerte	1.062	1.092	990
Vorräte	558	589	577
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen	669	733	722
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	122	130	228
Wertpapiere und Flüssige Mittel	290	246	371
Kurzfristige Vermögenswerte	1.639	1.698	1.898
	2.701	2.790	2.888

Passiva (in Mio. €)	31.12.2004	30.09.2004	30.09.2005
Anteile der Gesellschafter der Beiersdorf AG	1.021	978	1.210
Anteile anderer Gesellschafter	12	11	11
Eigenkapital	1.033	989	1.221
Langfristige Rückstellungen	489	490	489
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	19	42	30
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	2	2	7
Latente Steuerverbindlichkeiten	134	135	133
Langfristiges Fremdkapital	644	669	659
Kurzfristige Rückstellungen	358	425	457
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen	308	271	306
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	185	258	57
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	173	178	188
Kurzfristiges Fremdkapital	1.024	1.132	1.008
	2.701	2.790	2.888



Finanzdaten

Kapitalflussrechnung

(in Mio. €)	01.01. – 30.09.2004	01.01. – 30.09.2005
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 01.01.	828	290
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	373	411
Gezahlte Ertragssteuern	-112	-144
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen	113	111
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)	-10	-3
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen	-2	-6
Brutto-Cashflow	362	369
Veränderung der Vorräte	40	-19
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände	-94	-65
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen	54	95
Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit	362	380
Ausgaben für Investitionen	-116	-91
Einnahmen aus Desinvestitionen	16	15
Zins-, Dividenden- und sonstige Finanzeinnahmen	25	27
Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit	-75	-49
Free-Cashflow	287	331
Veränderung der Finanzverbindlichkeiten	234	-117
Zins- und sonstige Finanzausgaben	-28	-26
Rückkauf eigener Aktien	-955	-
Gezahlte Dividende Beiersdorf AG	-121	-121
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-870	-264
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	1	13
Konsolidierungsbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	-	1
Veränderung der Flüssigen Mittel/Wertpapiere	-582	81
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 30.09.	246	371

Eigenkapitalentwicklung

(in Mio. €)	01.01. – 30.09.2004	01.01. – 30.09.2005
Eigenkapital – Anfangsbestand	1.831	1.033
Ergebnis nach Steuern	240	268
Dividende der Beiersdorf AG für das Vorjahr	-121	-121
Rückkauf eigener Aktien	-955	-
Sonstige erfolgsneutrale Veränderungen	-16	-10
Veränderungen aus Währungsumrechnungen	10	51
Eigenkapital – Endbestand	989	1.221

Hamburg, im November 2005

Beiersdorf AG
Der Vorstand

Finanzkalender

Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten	Januar 2006
Wesentliche Unternehmensdaten für das Geschäftsjahr 2005	Februar 2006
Veröffentlichung Geschäftsbericht 2005 Bilanzpressekonferenz	
Finanzanalystenkonferenz	2. März 2006
Zwischenbericht Januar bis März 2006	4. Mai 2006
Hauptversammlung	17. Mai 2006
Zwischenbericht Januar bis Juni 2006	3. August 2006
Zwischenbericht Januar bis September 2006 Finanzanalystenkonferenz	7. November 2006

Impressum

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

Weitere Informationen:
Presse & Public Relations: 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: Thomas-B. Quaas (Vorsitzender),
Peter Kleinschmidt, Pieter Nota,
Markus Pinger, Rolf-Dieter Schwalb
Vorsitzender des Aufsichtsrats: Dieter Ammer

W05/1771/73D



Beiersdorf