

## Stark in den Wachstumsregionen



## Inhalt

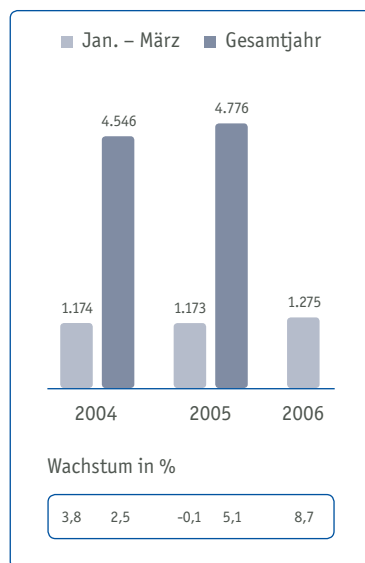
02 Geschäftsentwicklung im Überblick  
04 Segmente im Überblick  
05 Aktuelles

06 Geschäftsentwicklung Konzern  
07 Geschäftsentwicklung Unternehmensbereiche  
10 Vermögenslage Konzern  
11 Finanzlage Konzern

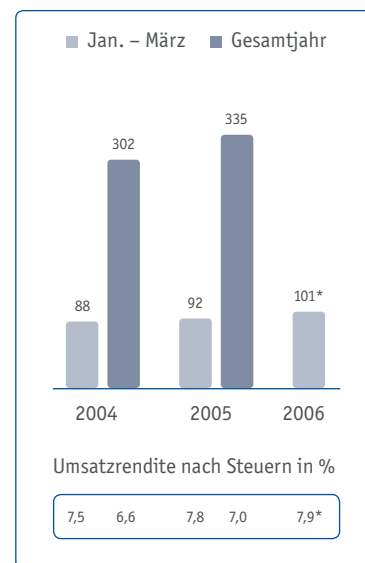
11 Sonstige Angaben  
12 Ausblick 2006  
13 Die Beiersdorf Aktie  
14 Finanzdaten

# Geschäftsentwicklung im Überblick

**Umsatz** in Mio. €



**Ergebnis nach Steuern** in Mio. €



\*ohne Ertrag aus dem Verkauf von BSN medical



## Unser Titelbild: Stark in den Wachstumsregionen

Wir konzentrieren uns – neben Westeuropa – auf die Wachstumsmärkte China, Russland, Brasilien und Indien. Im ersten Quartal konnten wir in diesen Zukunftsmärkten überdurchschnittlich wachsen.



## Erfolgreicher Start

- ▶ Umsatzwachstum von 6,2 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen)
- ▶ Betriebliches Ergebnis (EBIT) steigt um 12,2 %
- ▶ EBIT-Umsatzrendite erreicht 12,7 %
- ▶ Ergebnis nach Steuern 462 Mio. €
- ▶ Ertrag aus dem Verkauf BSN medical (nach Steuern) 361 Mio. €
- ▶ Umsatzrendite nach Steuern 7,9 %\*

## Ausblick auf das Geschäftsjahr 2006

- ▶ Stärkeres Umsatzwachstum als 2005
- ▶ EBIT-Umsatzrendite über Vorjahr\*\*
- ▶ Umsatzrendite nach Steuern soll weiter steigen\*\*

| <b>Beiersdorf auf einen Blick</b>                   | <b>01.01. – 31.03. 2005</b> | <b>01.01. – 31.03. 2006</b> |
|---|-----------------------------|-----------------------------|
| in Mio. € (sofern nicht anders angegeben)           |                             |                             |
| <b>Umsatz</b>                                       | <b>1.173</b>                | <b>1.275</b>                |
| Entwicklung zum Vorjahr in % (nominal)              | -0,1                        | 8,7                         |
| Entwicklung zum Vorjahr in % (wechselkursbereinigt) | 0,4                         | 6,2                         |
| Consumer  | 995                         | 1.075                       |
| tesa  | 178                         | 200                         |
| <b>EBITDA</b>                                       | <b>182</b>                  | <b>193</b>                  |
| <b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>                | <b>145</b>                  | <b>162</b>                  |
| <b>Ergebnis nach Steuern</b>                        | <b>92</b>                   | <b>462</b>                  |
| <b>Ergebnis nach Steuern (ohne Sondereffekte)</b>   | <b>92</b>                   | <b>101*</b>                 |
| Umsatzrendite nach Steuern in %                     | 7,8                         | 7,9*                        |
| Ergebnis je Aktie in €                              | 1,20                        | 1,32*                       |
| <b>Brutto-Cashflow</b>                              | <b>158</b>                  | <b>140</b>                  |
| <b>Investitionen (inkl. Finanzanlagen)</b>          | <b>28</b>                   | <b>24</b>                   |
| <b>Aufwendungen für Forschung und Entwicklung</b>   | <b>24</b>                   | <b>27</b>                   |
| <b>Mitarbeiter (Anzahl am 31.03.)</b>               | <b>16.721</b>               | <b>17.059</b>               |

\*ohne Ertrag aus dem Verkauf von BSN medical

\*\*ohne Ertrag aus dem Verkauf von BSN medical und Aufwendungen für die Neuausrichtung Consumer Supply Chain



## Segmente im Überblick

### Geschäftsentwicklung nach Unternehmensbereichen

| Umsatz<br>(in Mio. €) | 01.01. – 31.03. 2005<br>Anteil in % |              | 01.01. – 31.03. 2006<br>Anteil in % |              | Entwicklung in %<br>nominal    wechsellkurs-<br>bereinigt |            |
|-----------------------|-------------------------------------|--------------|-------------------------------------|--------------|---|------------|
|                       |                                     |              |                                     |              |   |            |
| Consumer              | 995                                 | 84,8         | 1.075                               | 84,3         | 8,0   | 5,5        |
| tesa                  | 178                                 | 15,2         | 200                                 | 15,7         | 12,6  | 10,1       |
|                       | <b>1.173</b>                        | <b>100,0</b> | <b>1.275</b>                        | <b>100,0</b> | <b>8,7</b>  | <b>6,2</b> |

| Betriebliches Ergebnis vor Abschreibung (EBITDA)<br>(in Mio. €) | in % vom Umsatz |             | in % vom Umsatz |             | Entwicklung in %<br>nominal |            |
|---|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------------------|------------|
|   |                 |             |                 |             |                             |            |
| Consumer  | 160             | 16,1        | 167             | 15,6        |                             | 4,5        |
| tesa  | 22              | 12,3        | 26              | 12,9        |                             | 18,2       |
|   | <b>182</b>      | <b>15,5</b> | <b>193</b>      | <b>15,2</b> |                             | <b>6,2</b> |

| Betriebliches Ergebnis (EBIT)<br>(in Mio. €) | in % vom Umsatz |             | in % vom Umsatz |             | Entwicklung in %<br>nominal |             |
|--|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------------------|-------------|
|  |                 |             |                 |             |                             |             |
| Consumer                                     | 129             | 12,9        | 143             | 13,3        |                             | 10,9        |
| tesa   | 16              | 8,8         | 19              | 9,6         |                             | 22,7        |
|  | <b>145</b>      | <b>12,3</b> | <b>162</b>      | <b>12,7</b> |                             | <b>12,2</b> |

| Brutto-Cashflow<br>(in Mio. €) | in % vom Umsatz |             | in % vom Umsatz |             | Entwicklung in %<br>nominal |              |
|--------------------------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------------------|--------------|
|                                |                 |             |                 |             |                             |              |
| Consumer                       | 140             | 14,1        | 125             | 11,6        |                             | -10,9        |
| tesa                           | 18              | 10,2        | 15              | 7,7         |                             | -14,8        |
|                                | <b>158</b>      | <b>13,5</b> | <b>140</b>      | <b>11,0</b> |                             | <b>-11,3</b> |

### Geschäftsentwicklung nach Regionen

| Umsatz<br>(in Mio. €)   | 01.01. – 31.03. 2005<br>Anteil in % |              | 01.01. – 31.03. 2006<br>Anteil in % |              | Entwicklung in %<br>nominal    wechsellkurs-<br>bereinigt |            |
|-------------------------|-------------------------------------|--------------|-------------------------------------|--------------|---|------------|
|                         |                                     |              |                                     |              |   |            |
| Europa                  | 882                                 | 75,1         | 935                                 | 73,3         | 6,0   | 5,6        |
| Amerika                 | 155                                 | 13,2         | 182                                 | 14,3         | 18,1  | 5,7        |
| Afrika/Asien/Australien | 136                                 | 11,7         | 158                                 | 12,4         | 15,4  | 10,3       |
|                         | <b>1.173</b>                        | <b>100,0</b> | <b>1.275</b>                        | <b>100,0</b> | <b>8,7</b>  | <b>6,2</b> |

| Betriebliches Ergebnis (EBIT)<br>(in Mio. €) | in % vom Umsatz |             | in % vom Umsatz |             | Entwicklung in %<br>nominal |             |
|--|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------------------|-------------|
|  |                 |             |                 |             |                             |             |
| Europa                                       | 126             | 14,2        | 144             | 15,4        |                             | 15,3        |
| Amerika                                      | 5               | 3,2         | 5               | 2,7         |                             | -2,6        |
| Afrika/Asien/Australien                      | 14              | 10,4        | 13              | 8,1         |                             | -10,4       |
|  | <b>145</b>      | <b>12,3</b> | <b>162</b>      | <b>12,7</b> |                             | <b>12,2</b> |

Die prozentuale Entwicklung bezieht sich auf Werte in Tsd. €.



## Aktuelles

Diese Auswahl an Neuigkeiten des ersten Quartals zeigt die konsequente Umsetzung unserer Consumer Business Strategie „Passion for Success“, mit der wir kontinuierlich unseren Anteil am Weltmarkt steigern.

### JANUAR >>

#### la prairie group

Seit 2006 führt die JUVENA/La Prairie Gruppe einen neuen Namen: Unter der la prairie group werden die im weltweiten Kosmetikmarkt positionierten Marken la prairie, JUVENA, MARLIES MÖLLER Beauty

Hair Care und SBT Skin Biology Therapy vereint.

#### NIVEA in Russland

Im Januar 2006 wurde den Handelspartnern in Russland die neue Ausrichtung von NIVEA vorgestellt: Die Konzentration auf einzelne starke Produktgruppen wurde ebenso wie die neuesten Produktinnovationen sehr gut angenommen.



#### Eucerin Sensitive Skin

Mit einem internationalen Relaunch startete Eucerin Empfindliche Haut ins neue Jahr. Eucerin Sensitive Skin ist mit dem

Eucerin pH5 EnzymSchutz eine Hautpflege- linie, die nachgewiesene hauteigene Enzyme schützt und die natürlichen Abwehrmittel der Haut aktiviert.

### FEBRUAR >>

#### NIVEA FOR MEN erfolgreich in China

Nur zwei Jahre nach der Einführung erreichte NIVEA FOR MEN in China im Februar die Nummer 1 Position (nach ACNielsen) im Männer-Gesichtspflegesegment. Dieses Marktsegment bietet weiterhin noch großes Wachstumspotenzial in China.

#### Neuausrichtung der Supply Chain

Im Februar 2006 wurden die ersten Schritte



der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain bekannt gegeben: Neben der Verlagerung der Produktion von Wundversorgungsartikeln von Hamburg nach Argentona (Spanien) wurde die mögliche Schließung der Produktion in Kungsbacka (Schweden) und Almere (Niederlande), sowie die mögliche Stilllegung der Läger in den Niederlanden und Belgien angekün-

digt. Die Kosteneinsparungen sollen für Investitionen in die Marken und Märkte genutzt werden.

#### Beiersdorf ist Partner des CAN

Unter partnerschaftlicher Beteiligung von Beiersdorf wurde in Hamburg das Centrum für Angewandte Nanotechnologie (CAN) gegründet. Das CAN bietet die Möglichkeit neue Produkt-Technologien zu erarbeiten. Nanotechnologie kommt bei Beiersdorf bereits bei vielen Produkten zum Einsatz.

### MÄRZ >>



#### Anti-Age als Marktpotenzial

Großes Potenzial für NIVEA body liegt in der Anti-Aging-Körperpflege: Das im März 2006 eingeführte Anti-Age Treatment mit hauteigenem Kreatin trägt nachweislich zur Reduzierung von Elastizitätsverlust, Fältchen und Trockenheit bei.



#### NIVEA deodorant Pearl and Beauty

NIVEA deodorant Pearl and Beauty bietet mehr als zuverlässigen Deo-Schutz durch die 24 Stunden Wirkformel. Erstmals führt es den Aspekt der Schönheitspflege in die Deo-Kategorie ein. Das Erfolgsgeheimnis sind wertvolle Perlenextrakte, die Unebenheiten ausgleichen und so für eine gepflegte und geschmeidige Haut sorgen.



#### NIVEA ist „Most Trusted Brand 2006“

NIVEA genießt in der Produktkategorie Hautpflege das europaweit größte Vertrauen.

Das belegt zum sechsten Mal in Folge die diesjährige Studie „Reader's Digest Most Trusted Brands“. In 14 europäischen Ländern honorierten die Leser die hohe Qualität der Beiersdorf Traditionsmarke und ihre Nähe zum Verbraucher.



Herausragende Marken

Herausragende Supply Chain



Herausragende Führungskompetenz in effizienten Strukturen

Regionale Konzentration



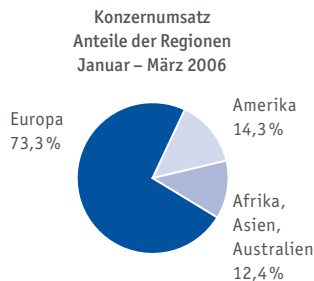
Kontinuierliche Steigerung unseres Weltmarktanteils

#### „Passion for Success“

Die vollständige Consumer Business Strategie mit Hintergrundinformationen und weitere aktuelle Meldungen finden Sie unter [www.Beiersdorf.de](http://www.Beiersdorf.de).



## Geschäftsentwicklung Konzern



### Umsatzwachstum von 6,2 %

### EBIT-Umsatzrendite steigt auf 12,7 %

### Ergebnis nach Steuern (ohne Sondereffekte) deutlich über Vorjahr

Im ersten Quartal erzielte der Konzern ein um Wechselkursveränderungen bereinigtes Umsatzwachstum von 6,2 %. Zu diesem sehr guten Wachstum trug der Unternehmensbereich Consumer mit einer Umsatzsteigerung von 5,5 % und tesa mit einer Steigerung von 10,1 % bei. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz im ersten Quartal um 8,7 % auf 1.275 Mio. € (Vorjahr: 1.173 Mio. €).

| Gewinn- und Verlustrechnung                                 |                      |                      |              |
|---|----------------------|----------------------|--------------|
| (in Mio. €)   | 01.01. – 31.03. 2005 | 01.01. – 31.03. 2006 | Entw. in %   |
| <b>Umsatzerlöse</b>   | <b>1.173</b>         | <b>1.275</b>         | <b>8,7</b>   |
| Kosten der umgesetzten Leistungen                           | -393                 | -421                 | 7,1          |
| <b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>                            | <b>780</b>           | <b>854</b>           | <b>9,5</b>   |
| Marketing- und Vertriebskosten                              | -542                 | -590                 | 8,8          |
| Forschungs- und Entwicklungskosten                          | -24                  | -27                  | 9,5          |
| Allgemeine Verwaltungskosten                                | -56                  | -61                  | 9,3          |
| Sonstiges betriebliches Ergebnis                            | -13                  | -14                  | 11,6         |
| <b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>                        | <b>145</b>           | <b>162</b>           | <b>12,2</b>  |
| Ertrag aus dem Verkauf BSN medical                          | -                    | 371                  | -            |
| Übriges Finanzergebnis                                      | 2                    | -                    | -            |
| <b>Ergebnis vor Steuern</b>                                 | <b>147</b>           | <b>533</b>           | <b>263,4</b> |
| Steuern vom Einkommen und vom Ertrag                        | -55                  | -71                  | 29,5         |
| <b>Ergebnis nach Steuern</b>                                | <b>92</b>            | <b>462</b>           | <b>402,1</b> |
| <b>Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)</b> | <b>1,20</b>          | <b>6,09</b>          | <b>409,2</b> |

Das Betriebliche Ergebnis (EBIT) des Konzerns stieg überproportional auf 162 Mio. € (Vorjahr: 145 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 12,7 % (Vorjahr: 12,3 %). In diesen Werten sind noch keine Restrukturierungsaufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain enthalten. Die im Februar angekündigten Vorhaben werden erst im Laufe des Jahres 2006 in konkrete Maßnahmen umgesetzt. Die entsprechenden Restrukturierungsaufwendungen werden erstmalig zum Halbjahr berichtet.

Durch den Verkauf der Anteile an BSN medical im Februar 2006 wurde ein Ertrag von 371 Mio. € erzielt (nach Steuern: 361 Mio. €).

Das Ergebnis nach Steuern erreichte 462 Mio. € (Vorjahr: 92 Mio. €). Die Nettoumsatzrendite stieg auf 36,2 % (Vorjahr: 7,8 %). Ohne den Effekt aus dem Verkauf von BSN medical lagen das Ergebnis nach Steuern bei 101 Mio. € und die Umsatzrendite bei 7,9 %.

Das Ergebnis je Aktie, bezogen auf 75.606.328 Stück, stieg auf 6,09 € (Vorjahr: 1,20 €). Das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie entsprechen sich. Ohne den Effekt aus dem Verkauf von BSN medical stieg das Ergebnis je Aktie auf 1,32 €.





## Geschäftsentwicklung Unternehmensbereiche

### Unternehmensbereich Consumer 5,5 % über Vorjahr EBIT-Umsatzrendite steigt auf 13,3 %

| <b>Consumer</b><br>(Jan. – März)<br>(in Mio. €) | Europa | Amerika | Afrika/<br>Asien/<br>Australien | <b>Gesamt</b> |
|---|--------|---------|---------------------------------|---------------|
| Umsatz 2006                                     | 786    | 159     | 130                             | 1.075         |
| Entwicklung<br>(wechsellkursbereinigt)          | 4,9 %  | 4,9 %   | 10,2 %                          | 5,5 %         |
| Entwicklung (nominal)                           | 5,3 %  | 17,0 %  | 14,8 %                          | 8,0 %         |
| EBIT 2006                                       | 129    | 4       | 10                              | 143           |
| EBIT-Umsatzrendite 2006                         | 16,4 % | 2,5 %   | 7,8 %                           | 13,3 %        |
| EBIT 2005                                       | 112    | 5       | 12                              | 129           |
| EBIT-Umsatzrendite 2005                         | 15,0 % | 3,6 %   | 10,4 %                          | 12,9 %        |

Der Umsatz stieg im ersten Quartal um 5,5 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Kursen erreichte der Unternehmensbereich Consumer eine Umsatzsteigerung von 8,0 % auf 1.075 Mio. € (Vorjahr: 995 Mio. €). Besonders in unseren Schwerpunktregionen Osteuropa, Lateinamerika und Asien konnten wir ein deutlich zweistelliges Wachstum erzielen.

Der NIVEA Umsatz konnte insgesamt um 7,1 % gesteigert werden. Diese positive Entwicklung war besonders geprägt durch NIVEA BEAUTÉ, NIVEA Hair Care Styling und NIVEA FOR MEN. Auch Eucerin und la prairie erzielten ein überproportionales Wachstum.

Das Betriebliche Ergebnis (EBIT) des Bereichs Consumer entwickelte sich mit 143 Mio. € gegenüber dem EBIT der Vorjahresperiode (129 Mio. €) überproportional. Die Steigerung des EBIT wurde ausschließlich in Europa erzielt. Die EBIT-Umsatzrendite stieg auf 13,3 % (Vorjahr: 12,9 %).

| <b>Consumer Umsatzentwicklung Europa</b><br>(Jan. – März)<br>(in Mio. €) | Deutschland | Westeuropa<br>(ohne Deutschland) | Osteuropa | <b>Gesamt</b> |
|--|-------------|----------------------------------|-----------|---------------|
| Umsatz 2006  | 243         | 439                              | 104       | 786           |
| Entwicklung<br>(wechsellkursbereinigt)                                   | 0,5 %       | 4,2 %                            | 21,0 %    | 4,9 %         |
| Entwicklung (nominal)  | 0,5 %       | 4,0 %                            | 26,1 %    | 5,3 %         |

In der Region **Europa** lag der Consumer Umsatz um 4,9 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) über dem Vorjahreswert. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 5,3 % auf 786 Mio. € (Vorjahr: 746 Mio. €).

Mit Kunden in **Deutschland** lag der Umsatz im Wesentlichen beeinflusst durch eine im Vergleich zum Vorjahr verschobene Auslieferung von NIVEA SUN nur auf Vorjahresniveau. Positiv entwickelten sich NIVEA FOR MEN und NIVEA BEAUTÉ. Ein sehr gutes Umsatzwachstum erreichte unsere Marke Eucerin im Apothekengeschäft. Die Exporte aus Deutschland stiegen um 4,0 %.



In **Westeuropa** konnte mit +4,2 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) wieder ein stärkeres Umsatzwachstum erreicht werden. Ein besonders gutes Wachstum erreichten die Schweiz, die Niederlande und die Nordic Gruppe. Aber auch in den anderen großen Märkten wie Frankreich und Italien wurde wieder ein solides Wachstum erzielt.

In **Osteuropa** starteten viele unserer Gesellschaften mit zweistelligen Wachstumsraten in das neue Geschäftsjahr. Insbesondere das sehr gute Wachstum in unseren großen Märkten Polen und Russland trug zur Umsatzsteigerung der Region von 21,0 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) bei. In Russland entwickelten sich besonders gut NIVEA FOR MEN und NIVEA deodorant. In Polen waren wir besonders erfolgreich mit NIVEA deodorant und NIVEA VISAGE sowie mit der Neueinführung der NIVEA Hair Care Styling Produkte.

Das Consumer EBIT in Europa entwickelte sich überproportional auf 129 Mio € (Vorjahr: 112 Mio €). Die EBIT-Umsatzrendite stieg auf 16,4 % (Vorjahr: 15,0 %).

#### Consumer Umsatzentwicklung Amerika

(Jan. – März)

| (in Mio. €)                        | Nordamerika | Lateinamerika | Gesamt |
|------------------------------------|-------------|---------------|--------|
| Umsatz 2006                        | 91          | 68            | 159    |
| Entwicklung (wechselkursbereinigt) | -4,9 %      | 22,0 %        | 4,9 %  |
| Entwicklung (nominal)              | 4,1 %       | 40,0 %        | 17,0 % |

In der Region **Amerika** stieg der Umsatz um 4,9 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 159 Mio. € um 17,0 % über dem Vorjahreswert (136 Mio. €).

In **Nordamerika** gab es positive Entwicklungen bei NIVEA FOR MEN und ein sehr gutes Wachstum auf dem kanadischen Markt. Gegenläufig wirkten Sortimentsbereinigungen im US-Markt im Zusammenhang mit der Konzentration auf unsere starken Marken sowie vom Vorjahr abweichende Terminierung von Einführungsaktivitäten. Der Umsatz lag um 4,9 % unter Vorjahr (bereinigt um Wechselkursveränderungen).

In **Lateinamerika** stiegen die Umsätze um 22,0 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) durch zweistelliges Wachstum in nahezu allen Ländern dieser Schwerpunktregion.

Das Consumer EBIT dieser Region erreichte 4 Mio. € (Vorjahr: 5 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 2,5 % (Vorjahr: 3,6 %).

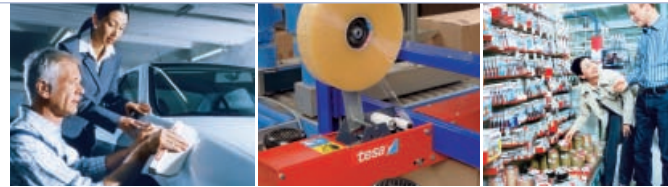
#### Consumer Umsatzentwicklung Afrika/Asien/Australien

(Jan. – März)

| (in Mio. €)                        | Afrika/Asien/<br>Australien |
|------------------------------------|-----------------------------|
| Umsatz 2006                        | 130                         |
| Entwicklung (wechselkursbereinigt) | 10,2 %                      |
| Entwicklung (nominal)              | 14,8 %                      |

**Afrika/Asien/Australien** erreichte mit einem Wachstum von 10,2 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) wiederum eine zweistellige Wachstumsrate. Mit einer Umsatzsteigerung von über 40 %, besonders durch Erfolge bei NIVEA FOR MEN und NIVEA VISAGE, lag China deutlich über der Marktentwicklung. Bei NIVEA VISAGE trugen besonders die Whitening Produkte zu diesem Erfolg bei. Auch in Australien, Korea und Süd-





afrika wurden zweistellige Wachstumsraten erzielt. In Japan lag der Umsatz dagegen nur auf Vorjahresniveau. Grund dafür war die im Vorjahr erfolgte Bevorratung des Handels für die erfolgreiche Neueinführung von NIVEA body.

Der Umsatz zu aktuellen Wechselkursen erreichte 130 Mio. € und lag damit um 14,8 % über dem Vorjahr (113 Mio. €). Das Consumer EBIT dieser Region erreichte 10 Mio. € (Vorjahr: 12 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite erreichte 7,8 % (Vorjahr: 10,4 %).

### Unternehmensbereich tesa wächst um 10,1 % EBIT-Umsatzrendite auf 9,6 % gesteigert

| <b>tesa</b><br>(Jan. – März)<br>(in Mio. €) | Europa | Amerika | Afrika/<br>Asien/<br>Australien | <b>Gesamt</b> |
|---|--------|---------|---------------------------------|---------------|
| Umsatz 2006                                 | 149    | 23      | 28                              | 200           |
| Entwicklung<br>(wechselkursbereinigt)       | 9,7 %  | 12,1 %  | 10,8 %                          | 10,1 %        |
| Entwicklung (nominal)                       | 9,8 %  | 26,4 %  | 18,1 %                          | 12,6 %        |
| EBIT 2006                                   | 15     | 1       | 3                               | 19            |
| EBIT-Umsatzrendite 2006                     | 10,6 % | 3,4 %   | 9,8 %                           | 9,6 %         |
| EBIT 2005                                   | 14     | -       | 2                               | 16            |
| EBIT-Umsatzrendite 2005                     | 9,7 %  | 0,2 %   | 10,8 %                          | 8,8 %         |

Der tesa Umsatz lag bereinigt um Wechselkursveränderungen mit +10,1 % deutlich über dem Vorjahresniveau. Diese sehr gute Entwicklung ist teilweise auf die im Vergleich zum guten Gesamtjahr geringeren Umsätze in der Vergleichsperiode zurückzuführen. Zu aktuellen Kursen erreichte tesa einen Umsatz von 200 Mio. € und wuchs damit um 12,6 % über Vorjahr.

Dieses gute Wachstum wurde sowohl vom Industriegeschäft als auch vom Endverbraucher- geschäft getragen. Im Industriegeschäft machte sich besonders die positive Entwicklung in der Automobil- und deren Zulieferindustrie bemerkbar. Sowohl in unseren Geschäftsfel- dern Automotive aber auch in den Bereichen Druck- und Papierindustrie und Elektro-/ Elektronikindustrie konnte tesa zweistellige Wachstumsraten erzielen.

Im Endverbraucher- geschäft entwickelte sich der Bereich „do-it-yourself“ deutlich zweistellig besonders durch das Wachstum in der Produktgruppe tesa Moll. Hier wirkte sich der lange und kalte Winter in Europa positiv auf den Umsatz aus.

Alle Regionen trugen zu dieser guten Entwicklung bei. Hervorzuheben ist dabei das Wachstum in Nordamerika (+18 % wechselkursbereinigt) und in Osteuropa (+21 % wech- selkursbereinigt).

Das EBIT wurde auf 19 Mio. € (Vorjahr: 16 Mio. €) gesteigert, die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 9,6 % (Vorjahr: 8,8 %).



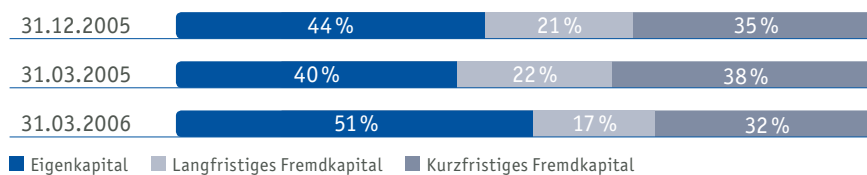
## Vermögenslage Konzern

| <b>Bilanz</b>                        |                   |                   |                   |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Aktiva (in Mio. €)</b>            | <b>31.12.2005</b> | <b>31.03.2005</b> | <b>31.03.2006</b> |
| Langfristige Vermögenswerte          | 962               | 1.055             | 947               |
| Vorräte                              | 536               | 590               | 585               |
| Sonstige kurzfristige Vermögenswerte | 926               | 957               | 922               |
| Flüssige Mittel                      | 483               | 255               | 980               |
|                                      | <b>2.907</b>      | <b>2.857</b>      | <b>3.434</b>      |
|                                      |                   |                   |                   |
| <b>Passiva (in Mio. €)</b>           | <b>31.12.2005</b> | <b>31.03.2005</b> | <b>31.03.2006</b> |
| Eigenkapital*                        | 1.293             | 1.133             | 1.734             |
| Langfristiges Fremdkapital           | 601               | 641               | 591               |
| Kurzfristiges Fremdkapital           | 1.013             | 1.083             | 1.109             |
|                                      | <b>2.907</b>      | <b>2.857</b>      | <b>3.434</b>      |

\* Vor Gewinnverwendung

Die Vorräte stiegen im Vergleich zum Jahresanfang auf 585 Mio. €, lagen aber unter dem Niveau des Vorjahres. In der Entwicklung der sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte wird der saisonbedingte Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen durch den Abgang des Buchwertes von BSN medical (77 Mio. €) ausgeglichen. Die Flüssigen Mittel stiegen durch den Verkauf von BSN medical deutlich an. Das langfristige Fremdkapital hat sich seit dem Jahresende nur unwesentlich verändert. Der Anstieg des kurzfristigen Fremdkapitals ist auf höhere Rückstellungen für Marketing- und Vertriebskosten sowie für Ertragsteuern zurückzuführen.

### Finanzstruktur





## Finanzlage Konzern

| <b>Kapitalflussrechnung</b><br>(in Mio. €)      | <b>01.01. – 31.03.<br/>2005</b> | <b>01.01. – 31.03.<br/>2006</b> |
|---|---------------------------------|---------------------------------|
| <b>Flüssige Mittel/Wertpapiere am 01.01.</b>    | <b>290</b>                      | <b>483</b>                      |
| Brutto-Cashflow                                 | 158                             | 140                             |
| Mittelveränderung Netto-Umlaufvermögen          | -133                            | -31                             |
| Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit | 25                              | 109                             |
| Mittelveränderung aus investiver Tätigkeit      | -12                             | 418                             |
| Free-Cashflow                                   | 13                              | 527                             |
| Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit        | -55                             | -28                             |
| Wechselkurs und sonstige Veränderungen          | 7                               | -2                              |
| Veränderung der Flüssigen Mittel                | -35                             | 497                             |
| <b>Flüssige Mittel/Wertpapiere am 31.03.</b>    | <b>255</b>                      | <b>980</b>                      |

Der Brutto-Cashflow betrug 140 Mio. €. Das Netto-Umlaufvermögen erhöhte sich um 31 Mio. €, dies waren 102 Mio. € weniger als im Vorjahr. Der Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit erreichte 109 Mio. € und lag 84 Mio. € über dem Vorjahr. Aus investiver Tätigkeit erzielten wir einen Zufluss an Flüssigen Mitteln in Höhe von 418 Mio. € bei einem Mittelzufluss aus der Veräußerung unserer Beteiligung BSN medical in Höhe von 433 Mio. €. Der Free-Cashflow erreichte 527 Mio. € (94 Mio. € ohne den Mittelzufluss aus dem Verkauf von BSN medical). Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit lag bei 28 Mio. €. Insgesamt stiegen die Flüssigen Mittel auf 980 Mio. €.

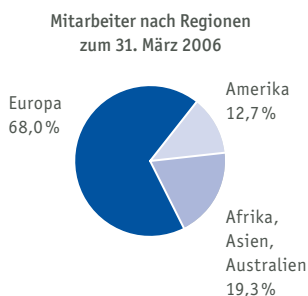
## Sonstige Angaben

### Investitionen

Im Berichtszeitraum wurden 22 Mio. € (Vorjahr: 27 Mio. €) in Sachanlagen und Immaterielle Vermögenswerte investiert. Davon entfielen auf den Unternehmensbereich Consumer 18 Mio. € (Vorjahr: 20 Mio. €) und auf tesa 4 Mio. € (Vorjahr: 7 Mio. €).

### Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2005 um 290 auf 17.059. Zum 31. März 2006 waren 13.423 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.636 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.





## Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für diesen Zwischenbericht wurden die Werte unter Anwendung der International Financial Reporting Standards (IFRS) ermittelt. Auf den Zwischenabschluss wurden die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie im Jahresabschluss 2005 angewandt.

Der Zwischenbericht wurde vom Wirtschaftsprüfer nicht durchgesehen.

## Corporate Governance

Die Entsprechenserklärung von Aufsichtsrat und Vorstand für das Geschäftsjahr 2005 zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG wurde Ende Dezember 2005 abgegeben und ist über unsere Website [www.Beiersdorf.de](http://www.Beiersdorf.de) dauerhaft zugänglich.

## Ausblick 2006

### Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenfaktoren

Wir erwarten für 2006 keine deutliche Änderung der gesamtwirtschaftlichen Situation gegenüber dem Vorjahr. Für unsere Einschätzung gehen wir weiter von den bekannten Wachstumsraten aus. Die Entwicklung in Westeuropa und Nordamerika sehen wir eher verhalten, während wir von einer deutlich besseren wirtschaftlichen Entwicklung in Osteuropa, Lateinamerika und Asien ausgehen.

Der weltweite Kosmetikmarkt wird mit 3% Wachstum die langjährige Entwicklung fortsetzen. Trotz einiger positiver Tendenzen rechnen wir in den großen Märkten Westeuropas nicht mit einer nachhaltigen Belebung. Die Entwicklung in Osteuropa, Lateinamerika und Asien sehen wir auch für den Kosmetikmarkt positiv. Für die tesa Märkte werden verstärkt positive Entwicklungen besonders in der Automobilindustrie erwartet.

Es ist davon auszugehen, dass das starke Wachstum Asiens eine hohe Nachfrage nach Rohstoffen und Energie zur Folge haben wird. Wir erwarten daher auf dem gesamten Rohstoffmarkt keine grundlegende Entspannung der Preissituation.

### Geschäftsentwicklung

Der Unternehmensbereich Consumer plant für 2006 ein Umsatzwachstum auf vergleichbarer Basis und ohne Wechselkursveränderungen, das über der Entwicklung im Jahr 2005 liegen soll. Die EBIT-Umsatzrendite (vor Sondereffekten) soll weiter wachsen. tesa erwartet ein Umsatzwachstum über dem Marktwachstum und über dem Niveau des Vorjahres. Die EBIT-Umsatzrendite soll sich weiter verbessern.

Für den Konzern insgesamt erwarten wir für 2006 ein stärkeres Umsatzwachstum als 2005. Damit soll das Wachstum über den allgemeinen Marktentwicklungen liegen. Die EBIT-Umsatzrendite (vor Sondereffekten) soll sich weiter erhöhen. Diese Entwicklung wird sich auf den Jahresüberschuss und die Nettoumsatzrendite positiv auswirken.

Die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain wird in den nächsten drei Jahren einen Aufwand vor Steuern von kumuliert etwa 220 Mio. € verursachen. Davon entfallen in 2006 etwa 70 Mio. € auf die im Februar angekündigten Maßnahmen. Der Jahresüberschuss wird dadurch 2006 um etwa 43 Mio. € belastet.

Im Jahresüberschuss werden 361 Mio. € als Ertrag nach Steuern aus dem Verkauf von BSN medical enthalten sein.



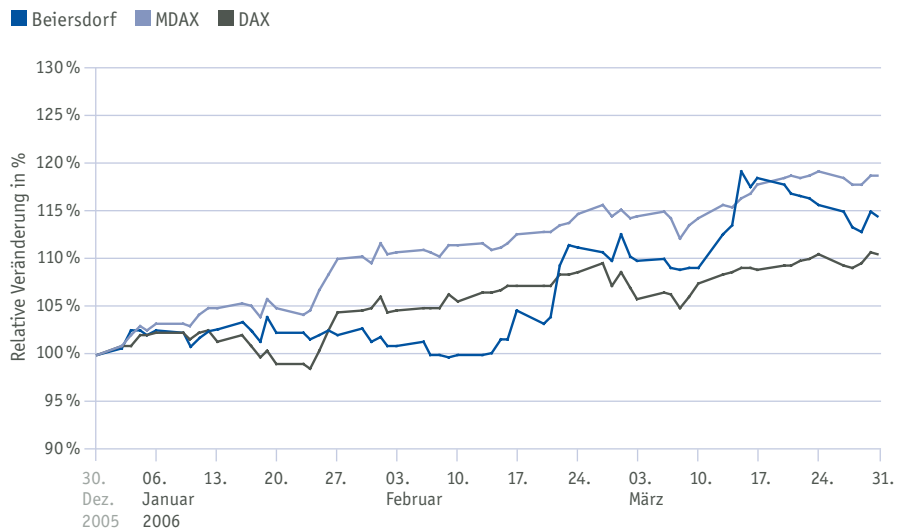
## Die Beiersdorf Aktie

Die Stimmung an den internationalen Aktienmärkten war im ersten Quartal 2006 von zunehmendem Optimismus geprägt. Die Wachstumsperspektiven in Europa und Japan haben sich nach Einschätzung vieler Beobachter verbessert, so dass in diesem Jahr ein homogeneres Weltwirtschaftswachstum erwartet wird. Die meisten Indizes zeigten eine klare Aufwärtsentwicklung und wurden auch von der erneuten Zinserhöhung der Europäischen Zentralbank wenig beeinflusst. Der DAX stand am Quartalsende kurz vor der Überquerung der 6.000er-Marke.

Die Werte des HPC-Sektors (Household and Personal Care), zu dem auch Beiersdorf gezählt wird, durchliefen in den ersten drei Monaten des Jahres eine deutlich positive Entwicklung. Hierzu trugen die in diesem Zeitraum veröffentlichten Jahresabschlüsse 2005 maßgeblich bei.

Auch der Kurs der Beiersdorf Aktie wurde durch die guten Zahlen des Vorjahres und den Ausblick auf das Jahr 2006 gestützt. Einen wichtigen Beitrag zur Kursentwicklung leistete vor allem die neue Consumer Business Strategie: Nach der Veröffentlichung im November 2005 wurde von der Finanzöffentlichkeit zunehmend die jetzt beginnende Umsetzung der vier Eckpfeiler unserer Strategie „Passion for Success“ wahrgenommen. Nach einem zügigen Anstieg stabilisierte sich unser Aktienkurs im ersten Quartal auf hohem Niveau und lag zum Quartalsende bei 119,00 €.

### Entwicklung der Beiersdorf Aktie im 1. Quartal 2006





## Finanzdaten

| <b>Gewinn- und Verlustrechnung</b>         |                      |                      |                  |
|--|----------------------|----------------------|------------------|
| (in Mio. €)                                | 01.01. – 31.03. 2005 | 01.01. – 31.03. 2006 | Entwicklung in % |
| <b>Umsatzerlöse</b>                        | <b>1.173</b>         | <b>1.275</b>         | <b>8,7</b>       |
| Kosten der umgesetzten Leistungen          | -393                 | -421                 | 7,1              |
| <b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>           | <b>780</b>           | <b>854</b>           | <b>9,5</b>       |
| Marketing- und Vertriebskosten             | -542                 | -590                 | 8,8              |
| Forschungs- und Entwicklungskosten         | -24                  | -27                  | 9,5              |
| Allgemeine Verwaltungskosten               | -56                  | -61                  | 9,3              |
| Sonstiges betriebliches Ergebnis           | -13                  | -14                  | 11,6             |
| <b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>       | <b>145</b>           | <b>162</b>           | <b>12,2</b>      |
| Ertrag aus dem Verkauf von BSN medical     | -                    | 371                  | -                |
| Übriges Finanzergebnis                     | 2                    | -                    | -                |
| <b>Ergebnis vor Steuern</b>                | <b>147</b>           | <b>533</b>           | <b>263,4</b>     |
| Steuern vom Einkommen und vom Ertrag       | -55                  | -71                  | 29,5             |
| <b>Ergebnis nach Steuern</b>               | <b>92</b>            | <b>462</b>           | <b>402,1</b>     |
| Anderen Gesellschaftern zustehender Gewinn | -2                   | -1                   | -                |
| <b>Nettoergebnis</b>                       | <b>90</b>            | <b>461</b>           | <b>409,2</b>     |
| <b>Ergebnis je Aktie (in €)*</b>           | <b>1,20</b>          | <b>6,09</b>          | <b>409,2</b>     |

\*Berechnet auf Basis der gewichteten Anzahl von Aktien (2005/2006: 75.606.328)

| <b>Bilanz</b>                                |                   |                   |                   |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Aktiva (in Mio. €)</b>                    | <b>31.12.2005</b> | <b>31.03.2005</b> | <b>31.03.2006</b> |
| Immaterielle Vermögenswerte                  | 34                | 50                | 32                |
| Sachanlagen                                  | 882               | 887               | 872               |
| Langfristige finanzielle Vermögenswerte      | 5                 | 91                | 6                 |
| Sonstige langfristige Vermögenswerte         | 8                 | -                 | 6                 |
| Latente Steueransprüche                      | 33                | 27                | 31                |
| <b>Langfristige Vermögenswerte</b>           | <b>962</b>        | <b>1.055</b>      | <b>947</b>        |
| Vorräte                                      | 536               | 590               | 585               |
| Forderungen aus Lieferungen/Leistungen       | 732               | 823               | 791               |
| Sonstige kurzfristige Vermögenswerte         | 194               | 134               | 131               |
| Wertpapiere und Flüssige Mittel              | 483               | 255               | 980               |
| <b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>           | <b>1.945</b>      | <b>1.802</b>      | <b>2.487</b>      |
|  | <b>2.907</b>      | <b>2.857</b>      | <b>3.434</b>      |
| <b>Passiva (in Mio. €)</b>                   | <b>31.12.2005</b> | <b>31.03.2005</b> | <b>31.03.2006</b> |
| Anteile der Gesellschafter der Beiersdorf AG | 1.280             | 1.125             | 1.727             |
| Anteile anderer Gesellschafter               | 13                | 8                 | 7                 |
| <b>Eigenkapital</b>                          | <b>1.293</b>      | <b>1.133</b>      | <b>1.734</b>      |
| Langfristige Rückstellungen                  | 430               | 490               | 427               |
| Langfristige Finanzverbindlichkeiten         | 29                | 17                | 26                |
| Sonstige langfristige Verbindlichkeiten      | 8                 | 2                 | 7                 |
| Latente Steuerverbindlichkeiten              | 134               | 132               | 131               |
| <b>Langfristiges Fremdkapital</b>            | <b>601</b>        | <b>641</b>        | <b>591</b>        |
| Kurzfristige Rückstellungen                  | 407               | 435               | 516               |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen | 369               | 316               | 369               |
| Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten         | 74                | 141               | 60                |
| Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten      | 163               | 191               | 164               |
| <b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>            | <b>1.013</b>      | <b>1.083</b>      | <b>1.109</b>      |
|  | <b>2.907</b>      | <b>2.857</b>      | <b>3.434</b>      |





| <b>Kapitalflussrechnung</b>   | 01.01. – 31.03. 2005 | 01.01. – 31.03. 2006 |
|---|----------------------|----------------------|
| (in Mio. €)   |                      |                      |
| <b>Flüssige Mittel/Wertpapiere am 01.01.</b>                          | <b>290</b>           | <b>483</b>           |
| <b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>                                  | <b>145</b>           | <b>162</b>           |
| Gezahlte Ertragsteuern  | -21                  | -49                  |
| Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen            | 37                   | 31                   |
| Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)        | -3                   | -4                   |
| <b>Brutto-Cashflow</b>  | <b>158</b>           | <b>140</b>           |
| Veränderung der Vorräte   | -32                  | -49                  |
| Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände        | -168                 | -72                  |
| Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen    | 67                   | 90                   |
| <b>Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit</b>                | <b>25</b>            | <b>109</b>           |
| Ausgaben für Investitionen in das Anlagevermögen                      | -28                  | -24                  |
| Einnahmen aus Abgängen des Anlagevermögens                            | 3                    | 1                    |
| Einnahmen aus dem Verkauf von BSN medical                             | -                    | 433                  |
| Zins-, Dividenden- und sonstige Finanzeinnahmen                       | 13                   | 8                    |
| <b>Mittelveränderung aus investiver Tätigkeit</b>                     | <b>-12</b>           | <b>418</b>           |
| <b>Free-Cashflow</b>  | <b>13</b>            | <b>527</b>           |
| Veränderung der Finanzverbindlichkeiten                               | -46                  | -17                  |
| Zins- und sonstige Finanzausgaben                                     | -9                   | -11                  |
| <b>Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>                       | <b>-55</b>           | <b>-28</b>           |
| Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands | 7                    | -2                   |
| <b>Veränderung der Flüssigen Mittel/Wertpapiere</b>                   | <b>-35</b>           | <b>497</b>           |
| <b>Flüssige Mittel/Wertpapiere am 31.03.</b>                          | <b>255</b>           | <b>980</b>           |

| <b>Eigenkapitalentwicklung</b>         | 01.01. – 31.03. 2005 | 01.01. – 31.03. 2006 |
|--|----------------------|----------------------|
| (in Mio. €)                            |                      |                      |
| <b>Eigenkapital – Anfangsbestand</b>   | <b>1.033</b>         | <b>1.293</b>         |
| Ergebnis nach Steuern                  | 92                   | 462                  |
| Sonstige erfolgsneutrale Veränderungen | -8                   | -12                  |
| Veränderungen aus Währungsumrechnung   | 16                   | -9                   |
| <b>Eigenkapital – Endbestand</b>       | <b>1.133</b>         | <b>1.734</b>         |



## Finanzkalender

|  |                   |
|--|-------------------|
| Hauptversammlung                               | 17. Mai 2006      |
| Dividendenzahlung                              | 18. Mai 2006      |
| Zwischenbericht Januar bis Juni 2006           | 3. August 2006    |
| Zwischenbericht Januar bis September 2006      |                   |
| Finanzanalystenkonferenz                       | 7. November 2006  |
| Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten | Januar 2007       |
| Veröffentlichung Geschäftsbericht 2006         |                   |
| Bilanzpressekonferenz                          |                   |
| Finanzanalystenkonferenz                       | Februar/März 2007 |
| Hauptversammlung                               | 26. April 2007    |
| Zwischenbericht Januar bis März 2007           | Mai 2007          |
| Zwischenbericht Januar bis Juni 2007           | August 2007       |
| Zwischenbericht Januar bis September 2007      |                   |
| Finanzanalystenkonferenz                       | November 2007     |

## 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](mailto:Presse_PR@Beiersdorf.com)  
 Investor Relations: Tel.: 040 4909-5000, E-Mail: [Investor.Relations@Beiersdorf.com](mailto:Investor.Relations@Beiersdorf.com)  
 Beiersdorf im Internet: [www.Beiersdorf.de](http://www.Beiersdorf.de)

Dieser Zwischenbericht ist im Internet als digitale Version unter  
[www.Beiersdorf.de/Zwischenbericht](http://www.Beiersdorf.de/Zwischenbericht) 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

W06/1771/82D