



Innovative Ideen verwirklichen



Inhalt

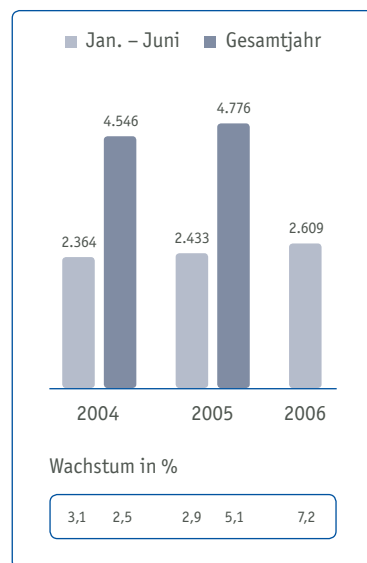
02 Geschäftsentwicklung im Überblick
04 Segmente im Überblick
05 Aktuelles

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

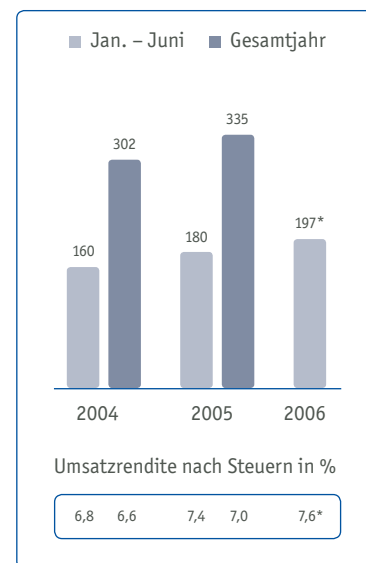
11 Sonstige Angaben
12 Ausblick 2006
13 Die Beiersdorf Aktie
14 Finanzdaten im Überblick

Geschäftsentwicklung im Überblick

Umsatz in Mio. €



Ergebnis nach Steuern in Mio. €



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



Unser Titelbild: Innovative Ideen verwirklichen

Um unsere Marken für die Verbraucher erlebbar zu machen, setzen wir auf innovative Konzepte und Ideen. So wurde im April das weltweit erste NIVEA Haus in Hamburg (Deutschland) eröffnet. Unter dem Motto „Kurzzeit-Wellness“ werden dort Wohlfühlanwendungen wie Gesichts- und Haarpflege, Farbberatung und Massagen mit den über 500 NIVEA-Produkten angeboten. Die stetig steigenden Kunden- und Besucherzahlen bestätigen den Erfolg des neuartigen Konzepts. Weiterführende Informationen finden Sie unter www.NIVEA.de/Haus und www.Beiersdorf.de.



Erfolgreiches erstes Halbjahr 2006

- ▶ Umsatzwachstum von 6,2 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen)
- ▶ Betriebliches Ergebnis (EBIT)¹⁾ steigt um 13,8 %
- ▶ EBIT-Umsatzrendite¹⁾ erreicht 12,3 %
- ▶ Ergebnis nach Steuern²⁾ bei 197 Mio. €

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2006

- ▶ Stärkeres Umsatzwachstum als 2005
- ▶ EBIT-Umsatzrendite über Vorjahr¹⁾
- ▶ Umsatzrendite nach Steuern soll weiter steigen²⁾

Beiersdorf auf einen Blick	01.01. – 30.06. 2005	01.01. – 30.06. 2006
in Mio. € (sofern nicht anders angegeben)		
Umsatz	2.433	2.609
Veränderung zum Vorjahr in % (nominal)	2,9	7,2
Veränderung zum Vorjahr in % (wechselkursbereinigt)	3,0	6,2
Consumer	2.071	2.212
tesa	362	397
EBITDA	357	345
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	282	263
Ergebnis nach Steuern	180	518
Umsatzrendite nach Steuern in %	7,4	19,8
Ergebnis je Aktie (in €)	0,78 ³⁾	2,27 ³⁾
Brutto-Cashflow	257	234
Investitionen (inkl. Finanzanlagen)	61	49
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	52	54
Mitarbeiter (Anzahl am 30.06.)	16.762	17.076
Wesentliche Kennzahlen ohne Sondereffekte		
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	282	321¹⁾
Ergebnis nach Steuern	180	197²⁾
Umsatzrendite nach Steuern in %	7,4	7,6 ²⁾
Ergebnis je Aktie (in €)	0,78 ³⁾	0,86 ²⁾³⁾

¹⁾ohne Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain

²⁾ohne Ertrag aus dem Verkauf von BSN medical und Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain

³⁾berechnet auf Basis der gewichteten Anzahl von dividendenberechtigten Aktien unter Berücksichtigung des Aktionsplits (226.818.984 Stückaktien) – weiterführende Informationen auf Seite 11



Segmente im Überblick

Geschäftsentwicklung nach Unternehmensbereichen

Umsatz		01.04. – 30.06.2005		01.04. – 30.06.2006		01.01. – 30.06.2005		01.01. – 30.06.2006		Entwicklung in % nominal wechsellkurs- bereinigt	
(in Mio. €)		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %			
Consumer		1.076	85,4	1.137	85,2	2.071	85,1	2.212	84,8	6,8	5,8
tesa		184	14,6	197	14,8	362	14,9	397	15,2	9,7	8,7
Gesamt		1.260	100,0	1.334	100,0	2.433	100,0	2.609	100,0	7,2	6,2

EBITDA		01.04. – 30.06.2005		01.04. – 30.06.2006		01.01. – 30.06.2005		01.01. – 30.06.2006		Entwicklung in % nominal	
(in Mio. €)		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz			
Consumer		155	14,4	127	11,1	316	15,2	295	13,3	-6,7	
tesa		20	10,8	24	12,5	41	11,5	50	12,7	20,8	
Gesamt		175	13,9	151	11,3	357	14,7	345	13,2	-3,5	

Betriebliches Ergebnis (EBIT)		01.04. – 30.06.2005		01.04. – 30.06.2006		01.01. – 30.06.2005		01.01. – 30.06.2006		Entwicklung in % nominal	
(in Mio. €)		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz			
Consumer		124	11,5	83	7,3	253	12,2	226	10,2	-10,8	
Consumer (ohne Sondereffekte) *		124	11,5	141	12,4	253	12,2	284	12,8	12,2	
tesa		14	7,4	18	9,2	29	8,1	37	9,4	28,0	
Gesamt		138	10,9	101	7,6	282	11,6	263	10,1	-6,7	
Gesamt (ohne Sondereffekte) *		138	10,9	159	11,9	282	11,6	321	12,3	13,8	

Brutto-Cashflow		01.04. – 30.06.2005		01.04. – 30.06.2006		01.01. – 30.06.2005		01.01. – 30.06.2006		Entwicklung in % nominal	
(in Mio. €)		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz			
Consumer		89	8,3	72	6,3	229	11,1	197	8,9	-14,2	
tesa		10	5,2	21	10,9	28	7,7	37	9,3	33,0	
Gesamt		99	7,8	93	7,0	257	10,6	234	8,9	-9,1	

Geschäftsentwicklung nach Regionen

Umsatz		01.04. – 30.06.2005		01.04. – 30.06.2006		01.01. – 30.06.2005		01.01. – 30.06.2006		Entwicklung in % nominal wechsellkurs- bereinigt	
(in Mio. €)		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %			
Europa		962	76,4	1.027	77,0	1.844	75,8	1.961	75,2	6,4	6,2
Amerika		158	12,5	160	12,0	313	12,8	343	13,1	9,7	4,3
Afrika/Asien/Australien		140	11,1	147	11,0	276	11,4	305	11,7	10,2	8,7
Gesamt		1.260	100,0	1.334	100,0	2.433	100,0	2.609	100,0	7,2	6,2

Betriebliches Ergebnis (EBIT)		01.04. – 30.06.2005		01.04. – 30.06.2006		01.01. – 30.06.2005		01.01. – 30.06.2006		Entwicklung in % nominal	
(in Mio. €)		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz			
Europa		126	13,1	95	9,3	251	13,6	240	12,2	-4,5	
Europa (ohne Sondereffekte) *		126	13,1	153	14,9	251	13,6	298	15,2	18,6	
Amerika		2	1,2	1	0,4	7	2,2	5	1,6	-20,4	
Afrika/Asien/Australien		10	6,9	5	3,4	24	8,7	18	5,8	-26,0	
Gesamt		138	10,9	101	7,6	282	11,6	263	10,1	-6,7	
Gesamt (ohne Sondereffekte) *		138	10,9	159	11,9	282	11,6	321	12,3	13,8	

* ohne Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain

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



Aktuelles

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

APRIL >>



NIVEA Haus Eröffnung

Am Hamburger Jungfernstieg eröffnete das weltweit erste NIVEA Haus. Angeboten werden Wohlfühlanwendungen wie

Gesichts- und Haarpflege, Farbberatung und Massagen mit NIVEA Produkten.

30 Jahre NIVEA in Brasilien

Im April fanden die Feierlichkeiten zum 30-jährigen Jubiläum der Marke NIVEA in Brasilien statt. Das südamerikanische Land zählt neben China, Russland und Indien zu den Fokusregionen des Konzerns.

la prairie Anti-Aging Complex



Im April führte la prairie die Anti-Aging Complex Creme ein. Die neue Gesichtspflege hemmt den Alterungsprozess und beschleunigt

die Zellerneuerung.

MAI >>

Internationaler Relaunch NIVEA Hair Care



Im Mai fand in Hamburg die internationale Pressekonferenz zum NIVEA Hair Care Relaunch statt. Die 13 vorgestellten, völlig neu

gestalteten NIVEA Hair Care Linien mit optimierter Formel und trendgerechter Verpackung sind seit Juli im Handel erhältlich.

Innovation in der Anti-Age Pflege



Die Eucerin Anti-Age Hautforschung hat eine neue Generation der Anti-Falten Pflege entwickelt: Hyaluron-Filler polstert die Haut

von innen heraus auf. Dies führt zur sichtbaren Milderung selbst tiefer Falten. Die Umsatzerwartungen wurden bereits im Monat der Markteinführung weit übertroffen.

Produktionserweiterung in Indien

Die Beiersdorf Tochtergesellschaft NIVEA India Pvt. Ltd. erweiterte die Produktion im Werk in Aurangabad im Bundesstaat Maharashtra: Nun werden die NIVEA Submarken Creme, Soft und body direkt in diesem Zukunftsmarkt produziert.

JUNI >>

Neuausrichtung Consumer Supply Chain

In der ersten Jahreshälfte haben sich in Deutschland, in den Niederlanden, in Belgien und in Schweden die Beiersdorf Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertreter über Sozialpläne geeinigt. Im Mittelpunkt der vorangegangenen Verhandlungen stand die konstruktive Erarbeitung von sozialverträglichen Lösungen für alle

betroffenen Mitarbeiter. Die Schließung der Pflasterproduktion in Hamburg (Deutschland), der Produktionsstätten in Almere (Niederlande) und Kungsbacka (Schweden) sowie der Logistikcenter in Almere und Brüssel (Belgien) geht einher mit der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain von Beiersdorf.

NIVEA body in den USA

In Vorbereitung auf den Relaunch von NIVEA body in den USA wurde das gesamte

Sortiment optimiert und auch international standardisiert. Neu sind Formulierung, Verpackung, Design und Produktnamen. Dieser Relaunch stellt einen strategischen Schritt für Beiersdorf im US-Markt dar.

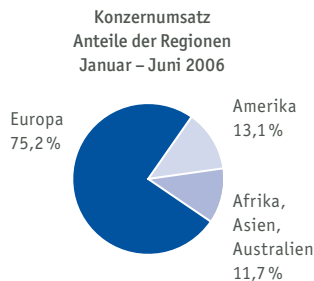


„Passion for Success“

Die vollständige Consumer Business Strategie mit Hintergrundinformationen und weitere aktuelle Meldungen finden Sie unter www.Beiersdorf.de.



Geschäftsentwicklung Konzern



Umsatzwachstum von 6,2 %

EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) steigt auf 12,3 %

Ergebnis nach Steuern (ohne Sondereffekte) deutlich über Vorjahr

Im ersten Halbjahr 2006 erzielte der Konzern ein um Wechselkursveränderungen bereinigtes Umsatzwachstum von 6,2 %. Zu diesem guten Wachstum trug der Unternehmensbereich Consumer mit einer Umsatzsteigerung von 5,8 % und tesa mit einer Steigerung von 8,7 % bei. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz im ersten Halbjahr um 7,2 % auf 2.609 Mio. € (Vorjahr: 2.433 Mio. €).

Gewinn- und Verlustrechnung			
(in Mio. €)	01.01. – 30.06. 2005	01.01. – 30.06. 2006	Entw. in %
Umsatzerlöse	2.433	2.609	7,2
Kosten der umgesetzten Leistungen	-818	-864	5,7
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.615	1.745	8,0
Marketing- und Vertriebskosten	-1.126	-1.217	8,1
Forschungs- und Entwicklungskosten	-52	-54	2,6
Allgemeine Verwaltungskosten	-114	-118	3,8
Sonstiges betriebliches Ergebnis	-41	-35	-16,4
Aufwendungen Neuausrichtung Consumer Supply Chain	-	-58	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	282	263	-6,7
Ertrag aus dem Verkauf BSN medical	-	371	-
Übriges Finanzergebnis	7	-2	-
Ergebnis vor Steuern	289	632	118,8
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-109	-114	4,7
Ergebnis nach Steuern	180	518	187,8
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)*	0,78	2,27	191,5

*berechnet auf Basis der gewichteten Anzahl von dividendenberechtigten Aktien unter Berücksichtigung des Aktiensplits (226.818.984 Stückaktien) – weiterführende Informationen auf Seite 11

Das Betriebliche Ergebnis (EBIT) des Konzerns lag bei 263 Mio. €. Dieses Ergebnis enthält 58 Mio. € Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain. Die Aufwendungen beziehen sich auf die bisher bekannt gegebenen Maßnahmen. Sie betreffen im Wesentlichen Rückstellungen für Personalaufwendungen und außerplanmäßige Abschreibungen auf Maschinen sowie Grundstücke und Gebäude. Das Betriebliche Ergebnis ohne diese Sondereffekte betrug 321 Mio. € (Vorjahr: 282 Mio. €), die entsprechende EBIT-Umsatzrendite lag bei 12,3 % (Vorjahr: 11,6 %).

Durch den Verkauf der Anteile an BSN medical im Februar 2006 wurde ein Ertrag von 371 Mio. € erzielt (nach Steuern 361 Mio. €). Das übrige Finanzergebnis betrug -2 Mio. € (Vorjahr: +7 Mio. €).

Das Ergebnis nach Steuern lag bei 518 Mio. €. Ohne Sondereffekte erreichte das Ergebnis nach Steuern 197 Mio. € (Vorjahr: 180 Mio. €), die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern betrug 7,6 % (Vorjahr: 7,4 %).

Das Ergebnis je Aktie, bezogen auf 226.818.984 Stück (nach Aktiensplit, vgl. Seite 11), stieg auf 2,27 € (Vorjahr: 0,78 €). Das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie entsprechen sich. Ohne Sondereffekte stieg das Ergebnis je Aktie auf 0,86 €.



Geschäftsentwicklung Unternehmensbereiche

Unternehmensbereich Consumer 5,8 % über Vorjahr EBIT-Umsatzrendite steigt auf 12,8 %

Consumer (Jan. – Juni) (in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/ Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2006	1.665	298	249	2.212
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	5,9 %	3,3 %	8,3 %	5,8 %
Entwicklung (nominal)	6,1 %	8,6 %	9,5 %	6,8 %
EBIT 2006*	268	3	13	284
EBIT-Umsatzrendite 2006*	16,1 %	1,0 %	5,0 %	12,8 %
EBIT 2005	227	7	19	253
EBIT-Umsatzrendite 2005	14,5 %	2,3 %	8,3 %	12,2 %

* ohne Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain (58 Mio. € ausschließlich in Europa)

Der Umsatz stieg um 5,8 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Kursen erreichte der Unternehmensbereich Consumer eine Umsatzsteigerung von 6,8 % auf 2.212 Mio. € (Vorjahr: 2.071 Mio. €). Besonders in unseren Schwerpunktregionen Osteuropa und Lateinamerika konnten wir ein deutlich zweistelliges Wachstum erzielen. Der NIVEA-Umsatz insgesamt stieg um 7,7 %. Diese positive Entwicklung war besonders geprägt durch NIVEA BEAUTÉ, NIVEA FOR MEN, NIVEA SUN und NIVEA Hair Care Styling. Auch Eucerin und la prairie erzielten ein überproportionales Wachstum.

Das Betriebliche Ergebnis (EBIT) ohne Sondereffekte entwickelte sich mit 284 Mio. € gegenüber dem EBIT der Vorjahresperiode (253 Mio. €) überproportional. Die Steigerung des EBITs wurde überwiegend in Europa erzielt. Die operative Umsatzrendite stieg auf 12,8 % (Vorjahr: 12,2 %).

Consumer Umsatzentwicklung Europa (Jan. – Juni) (in Mio. €)	Deutschland	Westeuropa (ohne Deutschland)	Osteuropa	Gesamt
Umsatz 2006	512	944	209	1.665
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	-0,1 %	7,0 %	18,1 %	5,9 %
Entwicklung (nominal)	-0,1 %	6,7 %	21,2 %	6,1 %

In der Region **Europa** lag der Consumer Umsatz um 5,9 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) über dem Vorjahreswert. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 6,1 % auf 1.665 Mio. € (Vorjahr: 1.570 Mio. €).

Mit Kunden in **Deutschland** lag der Umsatz leicht unter Vorjahresniveau. Sehr positiv entwickelten sich NIVEA BEAUTÉ und NIVEA FOR MEN. Ein sehr gutes Umsatzwachstum erreichte unsere Marke Eucerin im Apothekengeschäft. Die Exporte aus Deutschland an Kunden in Ländern, in denen Beiersdorf nicht mit eigenen Gesellschaften vertreten ist, stiegen um 7,1 %.



In **Westeuropa** konnte mit +7,0 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) ein sehr gutes Umsatzwachstum erreicht werden. Dazu trugen insbesondere die Nordic Gruppe (+15,8 %), Griechenland (+11,0 %) und Frankreich (+9,3 %) bei. Aber auch in nahezu allen übrigen großen westeuropäischen Märkten wurde ein deutliches Wachstum erzielt.

In **Osteuropa** hielt mit einem Plus von 18,1 % das starke Wachstum weiter an. In unseren großen Märkten Polen und Russland sowie in Ungarn und den baltischen Staaten erreichten wir deutlich zweistellige Wachstumsraten. In Russland entwickelten sich besonders gut NIVEA FOR MEN und NIVEA deodorant. In Polen trugen die Umsätze mit NIVEA FOR MEN und NIVEA VISAGE sowie die Einführung von NIVEA Hair Care Styling wesentlich zum Wachstum bei.

Das Consumer EBIT in Europa (ohne Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain) entwickelte sich überproportional auf 268 Mio. € (Vorjahr: 227 Mio. €). Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite stieg auf 16,1 % (Vorjahr: 14,5 %).

Consumer Umsatzentwicklung Amerika

(Jan. – Juni)

(in Mio. €)	Nordamerika	Lateinamerika	Gesamt
Umsatz 2006	165	133	298
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	-7,2 %	20,5 %	3,3 %
Entwicklung (nominal)	-3,4 %	28,5 %	8,6 %

In der Region **Amerika** stieg der Umsatz um 3,3 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 298 Mio. € um 8,6 % über dem Vorjahreswert (274 Mio. €).

Die Umsatzentwicklung in **Nordamerika** (bereinigt um Wechselkursveränderungen) lag um 7,2 % unter Vorjahr. Bei la prairie und NIVEA FOR MEN wurde ein solides Wachstum erzielt. Gegenläufig wirkten planmäßige Sortimentsbereinigungen im US-Markt sowie die Absenkung der Bestände im Handel als Vorbereitung für den wichtigen Relaunch von NIVEA body. Mit zusätzlichen nachhaltigen Marketingmaßnahmen soll bis zum Jahresende ein Umsatz auf Vorjahresniveau erreicht werden.

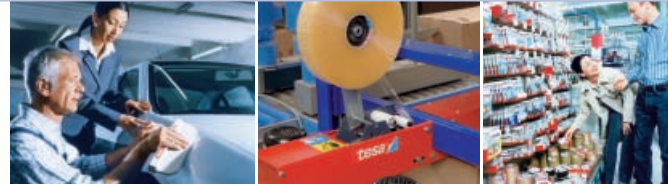
In **Lateinamerika** stiegen die Umsätze um 20,5 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). In dieser Schwerpunktregion entwickelten sich insbesondere NIVEA Bath Care, NIVEA body und NIVEA deodorant sehr positiv. Neben den wichtigen Märkten Mexiko (+15,3 %) und Brasilien (+24,9 %) verzeichneten auch Kolumbien (+56,3 %) und Venezuela (+39,9 %) hohe Wachstumsraten.

Das Consumer EBIT dieser Region erreichte 3 Mio. € (Vorjahr: 7 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 1,0 % (Vorjahr: 2,3 %).

Consumer Umsatzentwicklung Afrika/Asien/Australien

(Jan. – Juni)

(in Mio. €)	Afrika/Asien/ Australien
Umsatz 2006	249
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	8,3 %
Entwicklung (nominal)	9,5 %



Afrika/Asien/Australien erreichte ein Wachstum von 8,3 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Der Umsatz zu aktuellen Wechselkursen erreichte 249 Mio. € und lag damit um 9,5 % über dem Vorjahr (227 Mio. €). Die Umsatzsteigerung in China lag weiter bei über 40 %. Getragen wird dieses Wachstum von der Entwicklung bei NIVEA VISAGE und NIVEA FOR MEN. Auch in Thailand, Korea und Südafrika wurden zweistellige Wachstumsraten erzielt. In Thailand wurde die Marktführerschaft bei NIVEA SUN und NIVEA deodorant weiter ausgebaut. In Japan lag der Umsatz unter Vorjahresniveau. Der Umsatzrückgang in den Segmenten NIVEA body und NIVEA SUN konnte durch Zuwächse bei NIVEA FOR MEN nicht ausgeglichen werden. 8x4 blieb Marktführer im Deomarkt und konnte in einem rückläufigen Markt den Umsatz leicht steigern.

Das Consumer EBIT dieser Region erreichte 13 Mio. € (Vorjahr: 19 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite erreichte 5,0 % (Vorjahr: 8,3 %).

Unternehmensbereich tesa: Umsatzwachstum von 8,7 % EBIT-Umsatzrendite steigt auf 9,4 %

tesa (Jan. – Juni) (in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/ Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2006	296	45	56	397
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	8,0 %	10,8 %	10,5 %	8,7 %
Entwicklung (nominal)	8,0 %	16,6 %	13,3 %	9,7 %
EBIT 2006	30	2	5	37
EBIT-Umsatzrendite 2006	10,0 %	5,8 %	9,4 %	9,4 %
EBIT 2005	24	-	5	29
EBIT-Umsatzrendite 2005	8,7 %	1,0 %	10,3 %	8,1 %

Der tesa-Umsatz lag bereinigt um Wechselkursveränderungen mit +8,7 % deutlich über dem Vorjahresumsatz. Zu aktuellen Kursen erreichte tesa einen Umsatz von 397 Mio. € und wuchs damit um 9,7 % im Vergleich zum Vorjahr.

Diese positive Entwicklung wurde sowohl im Industrie- als auch im Endverbraucher-geschäft erzielt. Dabei entwickelten sich im Geschäft mit den Endverbrauchern fast alle Regionen deutlich über Vorjahr.

Das Industriegeschäft setzte die sehr positive Umsatzentwicklung auch im zweiten Quar-tal fort. Dabei trug besonders das Geschäft mit Lösungen für die Automobilindustrie zu dieser Entwicklung bei. Ebenfalls zweistellige Zuwachsraten wurden mit Spezialprodukten für die Papier- und Druckindustrie und im Bereich Elektro-/Elektronikindustrie erzielt.

Für den gesamten Unternehmensbereich tesa entwickelten sich alle Regionen weiter-hin positiv. Besonders starkes Wachstum verzeichneten die Regionen Osteuropa (+21,7 % wechselkursbereinigt) und Nordamerika (+17,1 % wechselkursbereinigt).

Das EBIT wurde auf 37 Mio. € (Vorjahr: 29 Mio. €) gesteigert, die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 9,4 % (Vorjahr: 8,1 %).



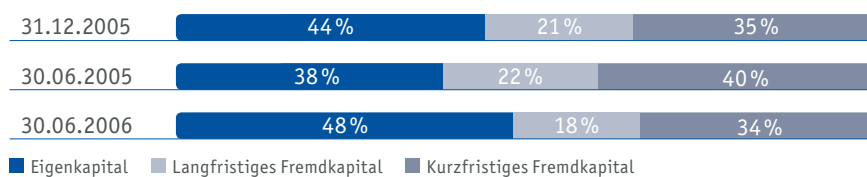
Vermögenslage Konzern

Bilanz			
Aktiva (in Mio. €)	31.12.2005	30.06.2005	30.06.2006
Langfristige Vermögenswerte	962	1.073	904
Vorräte	536	591	560
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	926	1.002	1.006
Flüssige Mittel	483	285	938
	2.907	2.951	3.408
Passiva (in Mio. €)	31.12.2005	30.06.2005	30.06.2006
Eigenkapital*	1.293	1.128	1.640
Langfristiges Fremdkapital	601	639	599
Kurzfristiges Fremdkapital	1.013	1.184	1.169
	2.907	2.951	3.408

* vor Gewinnverwendung

Die langfristigen Vermögenswerte lagen deutlich unter den Vergleichswerten. Im Zusammenhang mit der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain wurden die Investitionen zurückgenommen. Zusätzlich fielen außerplanmäßige Abschreibungen auf Maschinen sowie Grundstücke und Gebäude in Höhe von 19 Mio. € an. Die Vorräte stiegen saisonbedingt an, lagen aber als Folge der Optimierungsprojekte unter Vorjahr. Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte stiegen saisonbedingt im Vergleich zum Jahresanfang und erreichten das Vorjahresniveau. Die Flüssigen Mittel erhöhten sich durch den Verkauf von BSN medical deutlich auf 938 Mio. €. Das langfristige Fremdkapital hat sich seit Jahresende nur unwesentlich verändert. Der Anstieg des kurzfristigen Fremdkapitals ist auf höhere Rückstellungen im Zusammenhang mit der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain (+36 Mio. €), für Marketing- und Vertriebskosten sowie für Ertragsteuern zurückzuführen.

Finanzstruktur





Finanzlage Konzern

Kapitalflussrechnung (in Mio. €)	01.01. – 30.06. 2005	01.01. – 30.06. 2006
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 01.01.	290	483
Brutto-Cashflow	257	234
Mittelveränderung Netto-Umlaufvermögen	-108	-15
Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit	149	219
Mittelveränderung aus investiver Tätigkeit	-35	409
Free-Cashflow	114	628
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-133	-165
Wechselkurs und sonstige Veränderungen	14	-8
Veränderung der Flüssigen Mittel/Wertpapiere	-5	455
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 30.06.	285	938

Der Brutto-Cashflow betrug 234 Mio. € und lag damit bedingt durch die Aufwendungen im Zusammenhang mit der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain unter dem Wert der Vergleichsperiode. Das Netto-Umlaufvermögen erhöhte sich um 15 Mio. €, dies waren 93 Mio. € weniger als im Vorjahr. Der Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit erreichte somit 219 Mio. € und lag um 70 Mio. € über dem Vorjahr. Aus investiver Tätigkeit erzielten wir einen Zufluss an Flüssigen Mitteln in Höhe von 409 Mio. €, darin enthalten ist der Mittelzufluss aus der Veräußerung unserer Beteiligung BSN medical in Höhe von 433 Mio. €. Der Free-Cashflow erreichte 628 Mio. € (195 Mio. € ohne den Mittelzufluss aus dem Verkauf von BSN medical). Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit lag im wesentlichen bedingt durch die Auszahlung der Dividende und Verringerung von Finanzverbindlichkeiten bei 165 Mio. €. Insgesamt stiegen die Flüssigen Mittel auf 938 Mio. €.

Sonstige Angaben

Investitionen

Im Berichtszeitraum wurden 44 Mio. € (Vorjahr: 59 Mio. €) in Sachanlagen und Immaterielle Vermögenswerte investiert. Davon entfielen auf den Unternehmensbereich Consumer 34 Mio. € (Vorjahr: 42 Mio. €) und auf tesa 10 Mio. € (Vorjahr: 17 Mio. €).

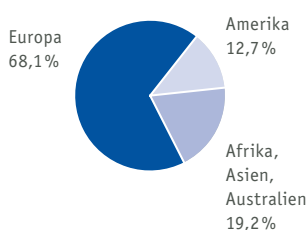
Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich gegenüber dem Stand vom 31.12.2005 um 307 auf 17.076. Zum 30. Juni waren 13.400 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.676 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.

Aktiensplit

Die Beiersdorf AG hat am 17. Juli 2006 einen Aktiensplit durchgeführt und damit die Liquidität der Beiersdorf Aktie erhöht. Dieser Aktiensplit war von der ordentlichen Hauptversammlung am 17. Mai 2006 beschlossen worden und trägt dem erheblich gestiegenen Börsenpreis der Aktie Rechnung. Nach einer Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln um 36,96 Mio. € von 215,04 Mio. € auf 252 Mio. € wurde der Aktiensplit im Verhältnis 1:3 durchgeführt. Das gezeichnete Grundkapital der Gesellschaft ist jetzt in 252 Mio. auf den Inhaber lautende Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von jeweils 1,00 € eingeteilt. In Einklang mit IAS 33 wurde unser Ergebnis je Aktie auch für das Vorjahr auf die neue Anzahl der Aktien angepasst.

Mitarbeiter nach Regionen
zum 30. Juni 2006





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 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 im Jahr 2006 etwa 70 Mio. € auf die im Februar angekündigten Maßnahmen.

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



Die Beiersdorf Aktie

Einem guten Start ins Quartal folgte gegen Mitte Mai an den internationalen Märkten eine plötzliche Phase der Abkühlung, deren Dynamik die meisten Beobachter überraschte. Es wurden wichtige Widerstandsmarken nach unten durchbrochen; über die Ursachen allerdings herrschte Uneinigkeit – die US-Konjunktur und ihre unsichere weitere Entwicklung wurden als ein möglicher Grund genannt. Andererseits schienen die Aktienmärkte nicht immer die makroökonomischen Grunddaten zu reflektieren: Die meisten Märkte in Europa zeigten Erholungstendenzen und Asien/Japan waren in guter Verfassung. Wie andere Indizes fiel auch der DAX im Mai stark, er verlor innerhalb weniger Tage mehr als 500 Punkte und sank auch nach dieser raschen Talfahrt noch weiter. Ab Mitte Juni war eine leichte Erholung zu beobachten, und der deutsche Leitindex schloss das Quartal bei deutlich über 5.600 Punkten.

Im HPC-Sektor (Household and Personal Care), zu dem auch Beiersdorf gezählt wird, folgte die Kursentwicklung der allgemeinen abrupten Abwärtsbewegung im Mai, wenn auch die Dynamik etwas weniger ausgeprägt war.

Der Kurs der Beiersdorf Aktie entwickelte sich im April und Mai weitgehend parallel zum Markt, koppelte sich Mitte Juni allerdings ab und verlief in der Folge deutlich über den Indizes. Das erhöhte Interesse an Beiersdorf gründete sich nach Aussage von Investoren vor allem auf der neuen Consumer Business Strategie und den daraus abgeleiteten Umsetzungsschritten. Auf einer Investorenkonferenz und einer Roadshow im Juni in Paris berichteten Vorstandsvorsitzender und Finanzvorstand über die bereits laufenden Maßnahmen, mit denen die Eckpfeiler unserer Strategie „Passion for Success“ gefestigt und weiter ausgebaut werden. Nach einem volatilen Verlauf in den letzten Tagen des Quartals schloss die Beiersdorf Aktie am 30. Juni bei 117,81 € (vor Aktiensplit, vgl. Seite 11).

Entwicklung der Beiersdorf Aktie von April – Juni 2006





Finanzdaten im Überblick

Gewinn- und Verlustrechnung					
(in Mio. €)	01.04. – 30.06. 2005	01.04. – 30.06. 2006	01.01. – 30.06. 2005	01.01. – 30.06. 2006	Entwicklung in %
Umsatzerlöse	1.260	1.334	2.433	2.609	7,2
Kosten der umgesetzten Leistungen	-425	-443	-818	-864	5,7
Bruttoergebnis vom Umsatz	835	891	1.615	1.745	8,0
Marketing- und Vertriebskosten	-583	-627	-1.126	-1.217	8,1
Forschungs- und Entwicklungskosten	-28	-27	-52	-54	2,6
Allgemeine Verwaltungskosten	-58	-58	-114	-118	3,8
Sonstiges betriebliches Ergebnis	-28	-20	-41	-35	-16,4
Aufwendungen Neuausrichtung Consumer Supply Chain	-	-58	-	-58	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	138	101	282	263	-6,7
Ertrag aus dem Verkauf BSN medical	-	-	-	371	-
Übriges Finanzergebnis	4	-2	7	-2	-
Ergebnis vor Steuern	142	99	289	632	118,8
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-54	-43	-109	-114	4,7
Ergebnis nach Steuern	88	56	180	518	187,8
Anderen Gesellschaftern zustehender Gewinn	-1	-1	-3	-2	-30,9
Nettoergebnis	87	55	177	516	191,5
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)*	-	-	0,78	2,27	191,5

* berechnet auf Basis der gewichteten Anzahl von dividendenberechtigten Aktien unter Berücksichtigung des Aktiensplits (226.818.984 Stückaktien)
– weiterführende Informationen auf Seite 11

Bilanz			
Aktiva (in Mio. €)	31.12.2005	30.06.2005	30.06.2006
Immaterielle Vermögenswerte	34	44	29
Sachanlagen	882	898	830
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	5	100	9
Sonstige langfristige Vermögenswerte	8	1	8
Latente Steueransprüche	33	30	28
Langfristige Vermögenswerte	962	1.073	904
Vorräte	536	591	560
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen	732	860	845
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	194	142	161
Wertpapiere und Flüssige Mittel	483	285	938
Kurzfristige Vermögenswerte	1.945	1.878	2.504
	2.907	2.951	3.408
Passiva (in Mio. €)	31.12.2005	30.06.2005	30.06.2006
Anteile der Gesellschafter der Beiersdorf AG	1.280	1.118	1.633
Anteile anderer Gesellschafter	13	10	7
Eigenkapital*	1.293	1.128	1.640
Langfristige Rückstellungen	430	490	436
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	29	15	24
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	8	2	6
Latente Steuerverbindlichkeiten	134	132	133
Langfristiges Fremdkapital	601	639	599
Kurzfristige Rückstellungen	407	439	542
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen	369	355	397
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	74	179	63
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	163	211	167
Kurzfristiges Fremdkapital	1.013	1.184	1.169
	2.907	2.951	3.408

* vor Gewinnverwendung



Kapitalflussrechnung	01.01. – 30.06. 2005	01.01. – 30.06. 2006
(in Mio. €)		
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 01.01.	290	483
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	282	263
Gezahlte Ertragsteuern	-96	-114
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen	75	82
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)	-4	3
Brutto-Cashflow	257	234
Veränderung der Vorräte	-33	-24
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände	-199	-153
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen	124	162
Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit	149	219
Ausgaben für Investitionen in das Anlagevermögen	-61	-49
Einnahmen aus Abgängen des Anlagevermögens	4	9
Einnahmen aus dem Verkauf von BSN medical	-	433
Zins-, Dividenden- und sonstige Finanzeinnahmen	22	16
Mittelveränderung aus investiver Tätigkeit	-35	409
Free-Cashflow	114	628
Veränderung der Finanzverbindlichkeiten	10	-16
Zins- und sonstige Finanzausgaben	-22	-20
Gezahlte Dividende Beiersdorf AG	-121	-129
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-133	-165
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	14	-8
Veränderung der Flüssigen Mittel/Wertpapiere	-5	455
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 30.06.	285	938

Eigenkapitalentwicklung	01.01. – 30.06. 2005	01.01. – 30.06. 2006
(in Mio. €)		
Eigenkapital am 01.01.	1.033	1.293
Ergebnis nach Steuern	180	518
Dividende der Beiersdorf AG für das Vorjahr	-121	-129
Sonstige erfolgsneutrale Veränderungen	-12	-10
Veränderungen aus Währungsumrechnung	48	-32
Eigenkapital am 30.06.	1.128	1.640



Finanzkalender

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
 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/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

W06/1771/84D