

BDF ●●●●●

Beiersdorf

Zwischenbericht
Januar – März 2007



Männerpflege: Innovative Produkte. Starkes Wachstum.



Männerpflege: Innovative Produkte. Starkes Wachstum.

Produkte speziell für Männer gehören weltweit zu den am stärksten wachsenden Kosmetiksegmenten. Immer mehr Männer greifen zu Pflegeprodukten, um gut auszusehen und sich gut zu fühlen. Wichtig: Die Produkte müssen einfach anzuwenden sein und einen klaren Vorteil versprechen.

Wir verstehen diese Wünsche und erfüllen sie mit innovativen Produkten, die auf die Bedürfnisse von Männern zugeschnitten sind. Das verspricht uns internationalen Erfolg und die Möglichkeit, die Wachstumspotenziale im Bereich der Männerkosmetik gezielt zu nutzen.

Inhalt

- 03 Geschäftsentwicklung im Überblick
- 04 Segmente im Überblick
- 05 Aktuelles
- 06 Die Beiersdorf Aktie

Zwischenlagebericht Konzern

- 07 Ertragslage Konzern
- 08 Ertragslage Unternehmensbereiche
- 12 Vermögenslage Konzern
- 13 Finanzlage Konzern, Mitarbeiter

- 14 Sonstige Angaben, Chancen und Risiken
- 15 Ausblick 2007

Zwischenabschluss Konzern

- 16 Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz
- 17 Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalentwicklung
- 18 Ausgewählte Anhangangaben
- 19 Weitere Informationen:
Finanzkalender, Impressum

Geschäftsentwicklung im Überblick

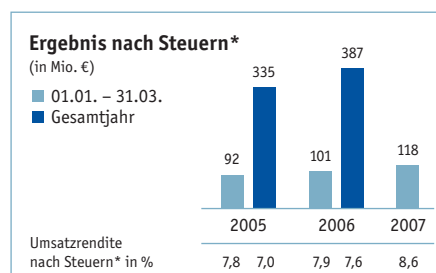
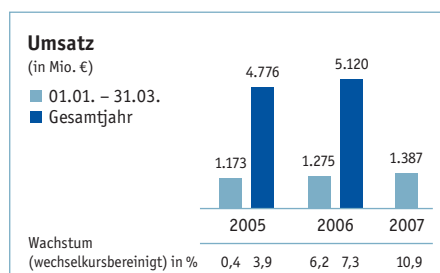
Erfolgreicher Start

- Umsatzwachstum 10,9 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen)
- Betriebliches Ergebnis (EBIT)* erhöht sich um 12,5 %
- EBIT-Umsatzrendite* steigt auf 13,1 %
- Ergebnis nach Steuern* bei 118 Mio. €

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2007

- Umsatzsteigerung über Marktwachstum
- EBIT-Umsatzrendite* über Vorjahr
- Weitere Verbesserung der Nettoumsatzrendite*

Beiersdorf auf einen Blick		
in Mio. € (sofern nicht anders angegeben)	01.01. – 31.03. 2006	01.01. – 31.03. 2007
Umsatz	1.275	1.387
Veränderung zum Vorjahr in % (nominal)	8,7	8,7
Veränderung zum Vorjahr in % (wechselkursbereinigt)	6,2	10,9
Consumer	1.075	1.174
tesa	200	213
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	162	172
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	162	182
Ergebnis nach Steuern	462	112
Ergebnis nach Steuern (ohne Sondereffekte)	101	118
Umsatzrendite nach Steuern in %	36,2	8,1
Umsatzrendite nach Steuern in % (ohne Sondereffekte)	7,9	8,6
Ergebnis je Aktie in €	2,03	0,49
Ergebnis je Aktie in € (ohne Sondereffekte)	0,44	0,52
Brutto-Cashflow	140	134
Investitionen (inkl. Finanzanlagen)	24	25
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	27	30
Mitarbeiter (Anzahl am 31.03.)	17.059	17.243



* Ohne Sondereffekte. Zu Details über die Sondereffekte verweisen wir auf unsere ausgewählten Anhangangaben auf Seite 18.

Segmente im Überblick

Geschäftsentwicklung nach Unternehmensbereichen

Umsatz (in Mio. €)	01.01. – 31.03.2006		01.01. – 31.03.2007		Entwicklung in %	
		Anteil in %		Anteil in %	nominal	wechsellkurs- bereinigt
Consumer	1.075	84,3	1.174	84,6	9,2	11,4
tesa	200	15,7	213	15,4	6,5	8,4
Gesamt	1.275	100,0	1.387	100,0	8,7	10,9

EBITDA (in Mio. €)	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		Entwicklung in %	
					nominal	
Consumer	167	15,6	170	14,5		1,7
tesa	26	12,9	29	13,4		10,6
Gesamt	193	15,2	199	14,4		2,9

Betriebliches Ergebnis (EBIT) (in Mio. €)	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		Entwicklung in %	
					nominal	
Consumer	143	13,3	149	12,7		4,4
Consumer (ohne Sondereffekte)*	143	13,3	159	13,6		11,7
tesa	19	9,6	23	10,7		18,0
Gesamt	162	12,7	172	12,4		6,0
Gesamt (ohne Sondereffekte)*	162	12,7	182	13,1		12,5

Brutto-Cashflow (in Mio. €)	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		Entwicklung in %	
					nominal	
Consumer	125	11,6	114	9,7		-8,9
tesa	15	7,7	20	9,6		31,9
Gesamt	140	11,0	134	9,7		-4,4

Geschäftsentwicklung nach Regionen

Umsatz (in Mio. €)	01.01. – 31.03.2006		01.01. – 31.03.2007		Entwicklung in %	
		Anteil in %		Anteil in %	nominal	wechsellkurs- bereinigt
Europa	935	73,3	1.006	72,6	7,7	7,7
Amerika	182	14,3	188	13,5	2,6	12,0
Afrika/Asien/Australien	158	12,4	193	13,9	22,0	29,1
Gesamt	1.275	100,0	1.387	100,0	8,7	10,9

Betriebliches Ergebnis (EBIT) (in Mio. €)	in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		Entwicklung in %	
					nominal	
Europa	144	15,4	152	15,1		5,2
Europa (ohne Sondereffekte)*	144	15,4	162	16,1		12,5
Amerika	5	2,7	6	3,2		22,0
Afrika/Asien/Australien	13	8,1	14	7,2		8,9
Gesamt	162	12,7	172	12,4		6,0
Gesamt (ohne Sondereffekte)*	162	12,7	182	13,1		12,5

* Zu Details über die Sondereffekte verweisen wir auf unsere ausgewählten Anhangangaben auf Seite 18.

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

Aktuelles

JANUAR

Moderner Auftritt von NIVEA Hair Care Styling



Zuverlässiger Langzeithalt und fühlbar schönes, glänzendes Haar: Beide Wünsche werden durch die neuen Formeln der Styling-Range von

NIVEA Hair Care optimal erfüllt. Umfangreiche Kommunikationsmaßnahmen begleiten den neuen Auftritt im modernen Verpackungsdesign, der bisher in 30 Ländern erfolgreich eingeführt wurde.

Paperworld 2007: Kooperation zwischen tesa und VELCRO

Unter der neuen Doppelmarke „tesa VELCRO brand“ bieten die tesa AG und Velcro Europe S.A., Barcelona – weltweit führender Anbieter von Klettsystemen – ab März 2007 in Europa ein hochwertiges Produktsortiment mit innovativen Klettverschluss-Ideen. Durch die Bündelung ihrer Kompetenzen erschließen beide Partner neue Märkte mit hohem Wachstumspotenzial.

Deutschland: Einführung von Good-bye Cellulite



Die in über 50 Ländern bereits erfolgreich eingeführte Gel-Creme NIVEA body Good-bye Cellulite gibt es jetzt auch in Deutschland.

Sie enthält den haut-eigenen Wirkstoff L-Carnitin, der über die Gel-Creme in die Haut eindringt und dafür bekannt ist, die Umwandlung von Fettkomponenten in Energie zu unterstützen.

FEBRUAR

„Letter of Intent“ mit C-BONS, Hongkong, unterzeichnet

In China überprüft Beiersdorf derzeit Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit C-BONS und einer Beteiligung an der Gesellschaft. Das Unternehmen ist die Nummer zwei im chinesischen Haarpflege- und Haarstyling-Markt und verfügt über ein gut ausgebautes Vertriebsnetzwerk. Eine exklusive Zusammenarbeit kommt insbesondere in den Bereichen Vertrieb, Marketing sowie Forschung & Entwicklung in Betracht.

USA: NIVEA Promotion am Valentinstag



Der Valentinstag machte den New Yorker Times Square dieses Jahr zum „NIVEA Square“: Eine spezielle Version des erfolgreichen Werbespots „Touch and Be Touched“ lief für den Valentinstag dort auf 15 überdimensionalen Leinwänden. Weitere aufmerksamkeitsstarke Aktionen rundeten die außergewöhnliche Promotion ab.

Deutschland: Fortsetzung der Neustrukturierung

Beiersdorf hat die Seifenfabrik Hirtler GmbH, Heistersheim, im Zuge der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain an die Budelpack Holding B.V. verkauft. Der neue Investor übernimmt alle Mitarbeiter. Darüber hinaus gab Beiersdorf bekannt, dass für das Logistik Center in Hamburg ein neuer Eigentümer aus dem Bereich Logistik gesucht wird.

MÄRZ

NIVEA: Platz 1 bei „Reader's Digest Most Trusted Brands 2007“



Zum siebten Mal in Folge auf Platz 1: In allen 15 teilnehmenden Ländern ist NIVEA für die europäischen Verbraucher

die vertrauenswürdigste Marke im Bereich Hautpflege. Darüber hinaus steht NIVEA in fünf Ländern an der Spitze weiterer Beauty-Kategorien.

Indien: Einführung von NIVEA FOR MEN



Mit der Einführung der NIVEA FOR MEN Linie strebt NIVEA die Spitzenposition im wachsenden Markt für

Männerkosmetik an. Die Einführung wird durch eine lokal entwickelte und umgesetzte TV- und Printkampagne sowie umfangreiche Aktivitäten im Handel begleitet. 2007 sind zahlreiche weitere Produkteinführungen geplant, um NIVEA als eine der führenden Marken auf dem Subkontinent zu etablieren.

Frankreich: Produktion und Logistik verkauft

Im Zuge der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain hat Beiersdorf Frankreich Produktion und Logistik verkauft. Die neuen Investoren übernehmen alle Mitarbeiter.

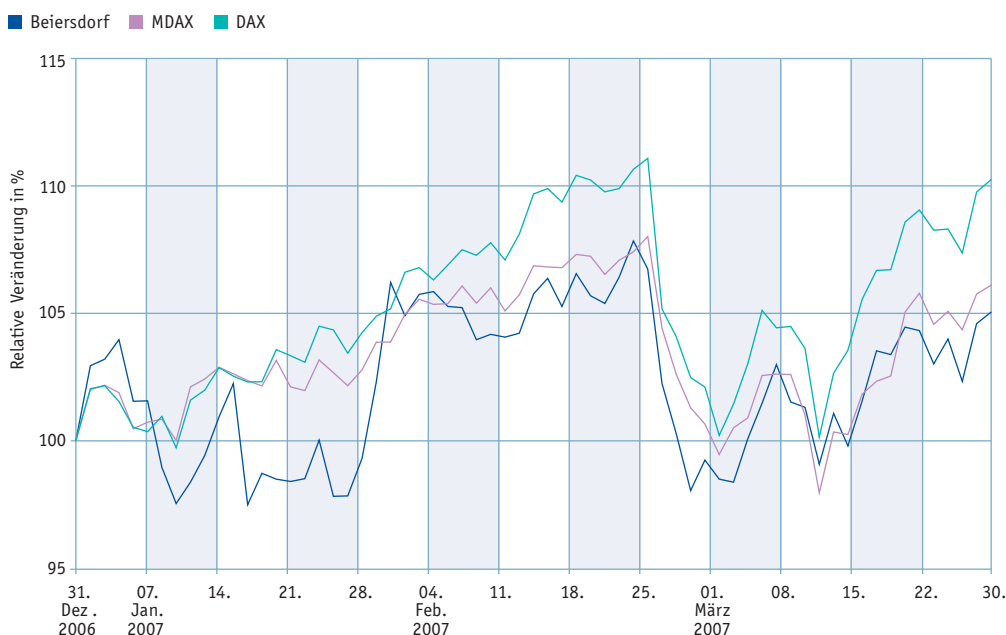
Die Beiersdorf Aktie

Das erste Quartal 2007 wurde durch den überraschenden Kurseinbruch an den internationalen Aktienmärkten Ende Februar geprägt. Der Einbruch am chinesischen Aktienmarkt am 27. Februar löste eine Serie von Kurseinbrüchen aus, durch die eine ungewöhnlich lange Phase ansteigender Kurse seit dem Sommer 2006 vorläufig beendet wurde. Diese starke Korrektur wurde nach Ansicht von Beobachtern weniger durch makroökonomische Daten als vielmehr von der Erwartung der Märkte getrieben, da eine solche Korrektur überfällig war. Vor dem Hintergrund eines guten letzten Quartals in 2006 im deutschen Markt, einer positiven Grundstimmung und sehr hoher Exporte erholte sich der DAX danach aber zügig und stand am Ende des ersten Quartals 2007 bei 6.917 Punkten.

Auch im HPC-Sektor (Household and Personal Care), zu dem Beiersdorf gezählt wird, waren die Auswirkungen der von China ausgelösten Korrektur an den Aktienmärkten deutlich zu spüren. Davon unabhängig zeigte der europäische HPC-Index auf Basis zahlreicher Veröffentlichungen von Jahresabschlüssen in den ersten drei Monaten des Jahres eine positive Tendenz.

Der Kurs der Beiersdorf Aktie erhielt durch die guten Zahlen des Vorjahres und durch den Ausblick auf das Jahr 2007 im ersten Quartal deutlich Auftrieb. Auf dem Finanzanalyistentreffen am 1. März informierte der Vorstand den Kapitalmarkt über den Fortschritt bei der Implementierung der Consumer Business Strategie. Die Ergebnisse des Jahres 2006 wurden als ein Beleg für die ersten Erfolge unserer Strategie wahrgenommen und sehr positiv in den Analysen der Beobachter reflektiert. Zudem ließ die Stadt Hamburg ihren Anteil an Beiersdorf im Januar auf dem Markt platzieren, wodurch sich der Free Float erhöhte. Seitdem zeigt das erheblich angestiegene Handelsvolumen unserer Aktie das verstärkte Interesse der Investoren. Der Aktienkurs konnte so das hohe Niveau vom Jahresanfang noch ausbauen und lag zum Quartalsende bei 51,05 €.

Entwicklung der Beiersdorf Aktie von Januar – März 2007



Zwischenlagebericht Konzern

Ertragslage Konzern

Umsatzwachstum von 10,9 %

EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) steigt auf 13,1 %

Ergebnis nach Steuern (ohne Sondereffekte) um 17,4 %
über Vorjahr

Im ersten Quartal stieg der Konzernumsatz bereinigt um Wechselkursveränderungen deutlich um 10,9 %. Zu diesem sehr guten Wachstum trugen der Unternehmensbereich Consumer mit einer Umsatzsteigerung von 11,4 % und tesa mit einer Steigerung von 8,4 % bei. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 8,7 % auf 1.387 Mio. € (Vorjahr: 1.275 Mio. €).

Gewinn- und Verlustrechnung			
(in Mio. €)	01.01. – 31.03. 2006	01.01. – 31.03. 2007	Entw. in %
Umsatzerlöse	1.275	1.387	8,7
Kosten der umgesetzten Leistungen	-421	-434	3,0
Bruttoergebnis vom Umsatz	854	953	11,6
Marketing- und Vertriebskosten	-590	-657	11,3
Forschungs- und Entwicklungskosten	-27	-30	13,2
Allgemeine Verwaltungskosten	-61	-64	6,0
Sonstiges betriebliches Ergebnis	-14	-20	32,9
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	162	182	12,5
Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	-	-10	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	162	172	6,0
Ertrag aus dem Verkauf BSN medical	371	-	-
Übriges Finanzergebnis	-	6	-
Ergebnis vor Steuern	533	178	-66,6
Steuern von Einkommen und Ertrag	-71	-66	-7,6
Ergebnis nach Steuern	462	112	-75,7
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	2,03	0,49	-78,4

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) des Konzerns erhöhte sich auf 172 Mio. €. Hierin sind 10 Mio. € Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain in Europa enthalten. Das betriebliche Ergebnis ohne diese Sondereffekte betrug 182 Mio. € (Vorjahr: 162 Mio. €), die entsprechende EBIT-Umsatzrendite lag bei 13,1 % (Vorjahr: 12,7 %).

Das übrige Finanzergebnis betrug 6 Mio. € (Vorjahr: 0 Mio. €).

Das Ergebnis nach Steuern lag bei 112 Mio. € (Vorjahr: 462 Mio. €). Ohne Sondereffekte erreichte das Ergebnis nach Steuern 118 Mio. € (Vorjahr: 101 Mio. €), die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern betrug 8,6 % (Vorjahr: 7,9 %).

Das Ergebnis je Aktie, bezogen auf 226.818.984 Stück, lag bei 0,49 € (Vorjahr: 2,03 €). Ohne Sondereffekte stieg das Ergebnis je Aktie auf 0,52 € (Vorjahr: 0,44 €).



Ertragslage Unternehmensbereiche

Consumer

Unternehmensbereich Consumer 11,4 % über Vorjahr
EBIT-Umsatzrendite Consumer (ohne Sondereffekte)
steigt auf 13,6 %

Consumer (Jan. – März) (in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2007	844	167	163	1.174
Entwicklung (wechsellkursbereinigt) in %	7,5	14,3	32,0	11,4
Entwicklung (nominal) in %	7,5	4,7	24,8	9,2
EBIT 2007*	144	4	11	159
EBIT-Umsatzrendite 2007* in %	17,1	2,7	6,6	13,6
EBIT 2006	129	4	10	143
EBIT-Umsatzrendite 2006 in %	16,4	2,5	7,8	13,3

* Ohne Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain (ausschließlich in Europa).

Der Umsatz stieg im ersten Quartal deutlich um 11,4 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Kursen erreichte der Unternehmensbereich Consumer eine Umsatzsteigerung von 9,2 % auf 1.174 Mio. € (Vorjahr: 1.075 Mio. €). In den Regionen Osteuropa, Lateinamerika und Afrika/Asien/Australien konnten wir wiederum ein deutlich zweistelliges Wachstum erzielen.

Der NIVEA-Umsatz weltweit stieg um 14,0 %. Diese positive Entwicklung war besonders geprägt durch starke Umsatzzuwächse bei NIVEA deodorant, NIVEA FOR MEN, NIVEA body und NIVEA SUN sowie durch den erfolgreichen Relaunch von NIVEA Hair Care. Auch Eucerin und la prairie erzielten erneut ein überproportionales Wachstum.

Das Consumer EBIT (ohne Sondereffekte) konnte gegenüber dem EBIT der Vorjahresperiode (143 Mio. €) überproportional auf 159 Mio. € gesteigert werden. Die entsprechende Umsatzrendite stieg auf 13,6 % (Vorjahr: 13,3 %).

Consumer Umsatzentwicklung Europa (Jan. – März) (in Mio. €)				
	Deutschland	Westeuropa (ohne Deutschland)	Osteuropa	Gesamt
Umsatz 2007	239	464	141	844
Entwicklung (wechsellkursbereinigt) in %	-1,7	5,9	36,1	7,5
Entwicklung (nominal) in %	-1,7	5,8	36,0	7,5

Der Consumer Umsatz in der Region **Europa** lag um 7,5 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) über dem Vorjahreswert. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 7,5 % auf 844 Mio. € (Vorjahr: 786 Mio. €).

Mit Kunden in **Deutschland** lag der Umsatz um 6,7 % über dem Vorjahr. Positive Beiträge zum Umsatzwachstum leisteten NIVEA SUN sowie der Relaunch von NIVEA Hair Care Styling und die Einführung von NIVEA Good-bye Cellulite. Überproportional wuchs unsere Marke Eucerin im Apothekengeschäft, wo die Gesichtspflege Eucerin Hyaluron-Filler 2006 äußerst erfolgreich eingeführt wurde. Beginnend mit dem dritten Quartal 2006 wurden Exportumsätze der Beiersdorf AG in den Mittleren Osten und in Länder der Gemeinschaft unabhängiger Staaten (GuS) auf unsere Tochtergesellschaften in Dubai bzw. Russland übertragen. Dadurch haben sich die Exporte aus Deutschland in diese Länder entsprechend reduziert.

In **Westeuropa** stiegen die Umsätze um 5,9 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) und erreichten damit eine Wachstumsrate über Vorjahresniveau. Dazu trugen insbesondere die La Prairie Gruppe (+16,9 %), Spanien (+11,2 %), die Nordic Gruppe (+9,8 %) sowie die UK/Irland Gruppe (+7,9 %) bei. Einen wesentlichen Anteil am Umsatzwachstum hatten unsere Marken NIVEA deodorant, NIVEA SUN und NIVEA VISAGE, wo sich der große Erfolg der 2006 eingeführten Gesichtspflegelinie NIVEA VISAGE DNAGE fortsetzte. Auch die Marken la prairie und Eucerin erreichten zweistellige Wachstumsraten.

Osteuropa erzielte mit einem Plus von 36,1 % weiter ein sehr starkes Wachstum. In Russland, Polen und fast allen anderen großen osteuropäischen Märkten erzielten wir zweistellige Wachstumsraten. In Russland entwickelten sich NIVEA FOR MEN, NIVEA VISAGE und NIVEA deodorant besonders gut. In Polen trugen die Umsätze mit NIVEA VISAGE, NIVEA Bath Care und NIVEA Hair Care wesentlich zum Wachstum bei.

Das Consumer EBIT in Europa (ohne Sondereffekte) entwickelte sich überproportional auf 144 Mio. € (Vorjahr: 129 Mio. €). Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite stieg auf 17,1 % (Vorjahr: 16,4 %).

Consumer Umsatzentwicklung Amerika (Jan. – März) (in Mio. €)			
	Nordamerika	Lateinamerika	Gesamt
Umsatz 2007	92	75	167
Entwicklung (wechsellkursbereinigt) in %	10,2	19,8	14,3
Veränderungen (nominal) in %	0,6	10,1	4,7

In der Region **Amerika** stieg der Umsatz um 14,3 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 167 Mio. € um 4,7 % über dem Vorjahreswert (159 Mio. €).

Der Umsatz in **Nordamerika** (bereinigt um Wechselkursveränderungen) lag um 10,2 % über dem des Vorjahreszeitraums. Der 2006 durchgeführte Relaunch von NIVEA body konnte das US-Geschäft auch im ersten Quartal 2007 weiter beleben. Darüber hinaus entwickelte sich insbesondere unsere Marke Eucerin sehr positiv.

In **Lateinamerika** stiegen die Umsätze um 19,8 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). In allen großen Märkten konnten wir zweistellige Wachstumsraten erzielen. Neben den wichtigen Märkten Mexiko (+12,1 %) und Brasilien (+14,1 %) trugen besonders Argentinien (+57,9 %) und Venezuela (+35,5 %) zu diesem starken Wachstum bei. In dieser Schwerpunktregion entwickelten sich insbesondere NIVEA Bath Care, NIVEA SUN und NIVEA body sehr gut.

Das Consumer EBIT in Amerika lag bei 4 Mio. € (Vorjahr: 4 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite betrug 2,7 % (Vorjahr: 2,5 %).

Consumer Umsatzentwicklung Afrika/Asien/Australien (Jan. – März) (in Mio. €)	
	Afrika/Asien/ Australien
Umsatz 2007	163
Entwicklung (wechsellkursbereinigt) in %	32,0
Entwicklung (nominal) in %	24,8

Die Region **Afrika/Asien/Australien** erreichte mit einem Wachstum von 32,0 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) eine sehr gute Wachstumsrate. Der Umsatz zu aktuellen Wechselkursen erreichte 163 Mio. € und lag damit um 24,8 % über dem Vorjahr (130 Mio. €). Besonders stark wuchs der Umsatz in Thailand (+46,0 %) und China (+36,1 %). In Thailand konnten Umsatzzuwächse in allen Produktkategorien verzeichnet werden. In China wird das Wachstum vor allem von der Entwicklung bei NIVEA FOR MEN und NIVEA VISAGE getragen. In Japan lag der Umsatz leicht unter dem Vorjahresniveau. Trotz starken Zuwachses bei NIVEA FOR MEN konnten die Umsatzrückgänge von NIVEA body und NIVEA SUN nicht ganz kompensiert werden.

Das Consumer EBIT dieser Region erreichte 11 Mio. € (Vorjahr: 10 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 6,6 % (Vorjahr: 7,8 %).



tesa

Unternehmensbereich tesa wächst um 8,4 %
EBIT-Umsatzrendite tesa steigt auf 10,7 %

tesa (Jan. – März) (in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2007	162	21	30	213
Entwicklung (wechsellkursbereinigt) in %	8,8	-3,3	15,6	8,4
Entwicklung (nominal) in %	8,9	-11,5	8,8	6,5
EBIT 2007	18	2	3	23
EBIT-Umsatzrendite 2007 in %	11,1	6,7	10,8	10,7
EBIT 2006	15	1	3	19
EBIT-Umsatzrendite 2006 in %	10,6	3,4	9,8	9,6

Der tesa-Umsatz lag bereinigt um Wechselkursveränderungen um 8,4 % über dem Vorjahresumsatz. Zu aktuellen Kursen erreichte tesa einen Umsatz von 213 Mio. € und wuchs damit um 6,5 % im Vergleich zum Vorjahr.

Auch im ersten Quartal setzte sich die positive Entwicklung sowohl im Industrie- als auch im Endverbrauchermarkt fort. Im Geschäft mit den Endverbrauchern lagen alle Regionen über dem Vorjahr, wobei wiederum die Region Osteuropa zweistellige Umsatzzuwächse erzielen konnte.

Auch im Industriegeschäft erzielte tesa eine deutlich positive Entwicklung. Das Wachstum wurde dabei besonders im Direktgeschäft mit Kunden aus dem Bereich der Elektro- und Elektronikindustrie und mit Lösungen für die Automobilindustrie erzielt. Gleichzeitig entwickelte sich das Geschäft mit dem industriellen Handel sehr positiv.

Betrachtet man die einzelnen Regionen des Unternehmensbereichs tesa, so entwickelten sich, bereinigt um Wechselkursveränderungen, insbesondere der Zentralbereich Europa Industrie (+12,4 %), Osteuropa (+21,6 %) und die Region Afrika/Asien/Australien (+15,6 %) positiv. Die Regionen Nord- und Südamerika lagen leicht unter dem Vorjahr.

Das EBIT wurde auf 23 Mio. € (Vorjahr: 19 Mio. €) gesteigert, die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 10,7 % (Vorjahr: 9,6 %).



Vermögenslage Konzern

Bilanz			
Aktiva (in Mio. €)	31.12.2006	31.03.2006	31.03.2007
Langfristige Vermögenswerte	814	947	810
Vorräte	548	585	613
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	904	922	1.041
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.230	980	1.217
	3.496	3.434	3.681
Passiva (in Mio. €)	31.12.2006	31.03.2006	31.03.2007
Eigenkapital	1.790	1.734	1.898
Langfristiges Fremdkapital	547	591	543
Kurzfristiges Fremdkapital	1.159	1.109	1.240
	3.496	3.434	3.681

Die langfristigen Vermögenswerte zum 31. März lagen deutlich unter den Vergleichswerten des Vorjahrs. Im Zusammenhang mit der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain wurden Produktionsstätten und Logistiklager verkauft. Die Investitionen ohne Finanzanlagen erreichten im ersten Quartal 2007 25 Mio. € (Vorjahr: 22 Mio. €). Davon entfielen auf den Geschäftsbereich Consumer 21 Mio. € (Vorjahr: 18 Mio. €) und auf tesa 4 Mio. € (Vorjahr: 4 Mio. €). Die Vorräte stiegen saisonbedingt auf 613 Mio. €. Die gute Umsatzentwicklung führte zu höheren Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Dadurch stiegen die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte auf 1.041 Mio. €. Das langfristige Fremdkapital veränderte sich seit Jahresende nur unwesentlich. Ursächlich für den Anstieg des kurzfristigen Fremdkapitals war die operativ bedingte Erhöhung der kurzfristigen Rückstellungen.

Finanzierungsstruktur			
31.12.2006	51 %	16 %	33 %
31.03.2006	51 %	17 %	32 %
31.03.2007	52 %	15 %	33 %

■ Eigenkapital ■ Langfristiges Fremdkapital ■ Kurzfristiges Fremdkapital

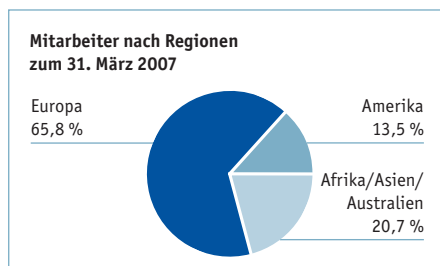
Finanzlage Konzern

Kapitalflussrechnung (in Mio. €)	01.01. – 31.03. 2006	01.01. – 31.03. 2007
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	483	1.230
Brutto-Cashflow	140	134
Mittelveränderung Nettoumlaufvermögen	-31	-113
Mittelveränderung aus operativer Geschäftstätigkeit	109	21
Mittelveränderung aus investiver Tätigkeit	418	-7
Free-Cashflow	527	14
Mittelveränderung aus Finanzierungstätigkeit	-28	-26
Wechselkurs und sonstige Veränderungen	-2	-1
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	497	-13
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.03.	980	1.217

Der Brutto-Cashflow erreichte 134 Mio. €. Im Wesentlichen auf Grund der durch den guten Geschäftsverlauf im ersten Quartal gestiegenen Forderungen sowie höherer Vorräte lag der Mittelabfluss aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens bei 113 Mio. €. Insgesamt lag der Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit bei 21 Mio. €. Der Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit betrug 7 Mio. €. Den Ausgaben für Investitionen in Höhe von 25 Mio. € standen Zinseinnahmen und sonstige Zuflüsse in Höhe von 18 Mio. € gegenüber. Im Vorjahr war in dieser Position der Mittelzufluss aus der Veräußerung unserer Beteiligung an BSN medical in Höhe von 433 Mio. € enthalten. Der Free Cashflow betrug 14 Mio. €. Ursächlich für den Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von 26 Mio. € waren die Verringerung der Finanzverbindlichkeiten sowie Zinszahlungen und sonstige Finanzaufwendungen. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente lagen bei 1.217 Mio. €.

Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2006 um 71 auf 17.243. Zum 31. März waren 13.485 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.758 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.



Sonstige Angaben

Fortsetzung der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain in Deutschland

Die Seifenfabrik Hirtler GmbH, Heitersheim (Deutschland) wurde im Februar an die Budelpack Holding B.V., Bergen op Zoom (Niederlande), verkauft. Die Hirtler GmbH war bereits in der Bilanz zum 31. Dezember 2006 als zur Veräußerung bestimmt ausgewiesen. Die niederländische Unternehmensgruppe hat 100 % der Anteile an der Hirtler GmbH erworben und den Fortbestand des Standorts zugesichert.

Im Februar hat Beiersdorf bekannt gegeben, dass das Logistik Center in Hamburg verkauft werden soll. Gesucht wird ein neuer Eigentümer aus dem Bereich Logistik.

Verkauf des Produktions- und Logistikstandorts in Frankreich

Der Produktions- und Logistikstandort in Savigny-le-Temple (Frankreich), der, wie im Vorjahr angekündigt, zum Verkauf bestimmt war, wurde mit Vertragsabschluss vom 28. Februar 2007 erfolgreich veräußert. Sowohl die Firma Fareva für die Produktion als auch die Firma Nobert Dentressangle für die Logistik übernehmen alle Mitarbeiter.

Mögliche Kooperation mit C-BONS

Im Februar hat die Beiersdorf AG eine Absichtserklärung mit der C-BONS Holding (International) Limited, Hongkong (China), unterzeichnet und sich darauf geeinigt, in den kommenden Monaten auf exklusiver Basis Möglichkeiten einer Zusammenarbeit zu prüfen. Eine Kooperation in Hinblick auf das chinesische Haarpflege- und Haarstyling-Geschäft von C-BONS kommt insbesondere in den Bereichen Vertrieb, Marketing sowie Forschung & Entwicklung in Betracht. Darüber hinaus haben beide Unternehmen vereinbart, weiterhin über geeignete Formen einer möglichen Beteiligung von Beiersdorf am C-BONS Haarpflege- und Haarstyling-Geschäft exklusiv zu verhandeln.

Das Vorhaben ist Teil der Beiersdorf Consumer Business Strategie, die das Wachstum von Beiersdorf in China – als einem der in der Strategie definierten Wachstumsmärkte – weiter beschleunigen soll.

Chancen und Risiken

In Bezug auf Chancen und Risiken verweisen wir auf unseren Risikobericht im Bericht zur Lage der Gesellschaft und des Konzerns zum 31. Dezember 2006. Wesentliche Änderungen der Chancen und Risiken ergaben sich im ersten Quartal nicht.



Ausblick 2007

Wirtschaftliche Rahmenfaktoren

Wir erwarten für das Geschäftsjahr 2007 weiterhin einen positiven gesamtwirtschaftlichen Verlauf. Für unsere Einschätzung der zukünftigen Entwicklung gehen wir von den bestehenden Wachstumsraten aus.

Der weltweite Kosmetikmarkt wird voraussichtlich mit 3 % Wachstum in diesem Jahr den langjährigen Trend fortsetzen. Trotz einiger positiver Tendenzen rechnen wir in den großen Märkten Westeuropas weiterhin mit einer moderaten Entwicklung. In Osteuropa, Lateinamerika und Asien gehen wir hingegen von deutlichen Wachstumssteigerungen aus.

In den für tesa relevanten Märkten im Industrie- und Konsumbereich erwarten wir unverändert ein durchschnittliches Wachstum von 3 % bis 4 %, wobei die regionalen Entwicklungen sehr unterschiedlich sein können.

Für den Rohstoff- und Beschaffungsmarkt erwarten wir, auch auf Basis der robusten Weltkonjunktur, im weiteren Verlauf des Jahres eine eher steigende Tendenz bei den Rohstoffpreisen.

Geschäftsentwicklung

Der Beiersdorf **Gesamtkonzern** soll nach dem sehr guten Start 2007 weiterhin ein Umsatzwachstum erreichen, das über den Marktentwicklungen liegt.

Die EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) soll sich weiter erhöhen. Das EBIT wird in diesem Jahr noch in Höhe von 70 Mio. € durch Aufwendungen im Zusammenhang mit der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain belastet.

Der Jahresüberschuss (ohne Sondereffekte) soll überproportional gesteigert werden, die Nettoumsatzrendite soll sich dadurch weiter verbessern. Sollte die Unternehmensteuerreform in Deutschland für 2008 wie geplant umgesetzt werden, erwarten wir schon im Jahr 2007 durch die Neuberechnung der Latenten Steuern einen positiven, aber nicht zahlungswirksamen Einfluss auf den Jahresüberschuss.

Nach dem geplant guten Start gehen wir für den Unternehmensbereich **Consumer** weiterhin von einem Umsatzwachstum von 7 % bis 8 % aus. Besonders starkes Wachstum sehen wir vor allem in China, Russland, Brasilien und Indien.

Die EBIT-Umsatzrendite des Unternehmensbereichs Consumer (ohne Sondereffekte) soll sich weiter erhöhen.

Auch der Unternehmensbereich **tesa** will im Umsatz schneller wachsen als der Markt, bei weiter ansteigender EBIT-Umsatzrendite.

Zwischenabschluss Konzern

Gewinn- und Verlustrechnung			
(in Mio. €)	01.01. – 31.03. 2006	01.01. – 31.03. 2007	Entwicklung in %
Umsatzerlöse	1.275	1.387	8,7
Kosten der umgesetzten Leistungen	-421	-434	3,0
Bruttoergebnis vom Umsatz	854	953	11,6
Marketing- und Vertriebskosten	-590	-657	11,3
Forschungs- und Entwicklungskosten	-27	-30	13,2
Allgemeine Verwaltungskosten	-61	-64	6,0
Sonstiges betriebliches Ergebnis	-14	-20	32,9
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	162	182	12,5
Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	-	-10	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	162	172	6,0
Ertrag aus dem Verkauf BSN medical	371	-	-
Übriges Finanzergebnis	-	6	-
Ergebnis vor Steuern	533	178	-66,6
Steuern von Einkommen und Ertrag	-71	-66	-7,6
Ergebnis nach Steuern	462	112	-75,7
Ergebnis der Anteilseigner	461	111	-75,9
Ergebnis anderer Gesellschafter	1	1	-13,8
Ergebnis je Aktie (in €)	2,03	0,49	-78,4
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	2,03	0,49	-78,4

Bilanz			
Aktiva (in Mio. €)	31.12.2006	31.03.2006	31.03.2007
Immaterielle Vermögenswerte	30	32	30
Sachanlagen	740	872	735
Sonstige langfristige Vermögenswerte	12	12	11
Latente Steueransprüche	32	31	34
Langfristige Vermögenswerte	814	947	810
Vorräte	548	585	613
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	727	791	878
Ertragsteuerforderungen	25	10	24
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	116	121	136
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.230	980	1.217
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen	36	-	3
Kurzfristige Vermögenswerte	2.682	2.487	2.871
	3.496	3.434	3.681
Passiva (in Mio. €)	31.12.2006	31.03.2006	31.03.2007
Anteile der Anteilseigner der Beiersdorf AG	1.781	1.727	1.891
Anteile anderer Gesellschafter	9	7	7
Eigenkapital	1.790	1.734	1.898
Langfristige Rückstellungen	419	427	414
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	8	26	7
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	8	7	10
Latente Steuerverbindlichkeiten	112	131	112
Langfristiges Fremdkapital	547	591	543
Kurzfristige Rückstellungen	469	516	575
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	485	369	475
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	62	60	48
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	120	164	142
Zur Veräußerung bestimmtes Fremdkapital	23	-	-
Kurzfristiges Fremdkapital	1.159	1.109	1.240
	3.496	3.434	3.681

Kapitalflussrechnung		
(in Mio. €)	01.01. – 31.03. 2006	01.01. – 31.03. 2007
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	483	1.230
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	162	172
Gezahlte Ertragsteuern	-49	-58
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen	31	27
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)	-4	-6
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen	-	-1
Brutto-Cashflow	140	134
Veränderung der Vorräte	-49	-65
Veränderung der Forderungen und sonstiger Vermögenswerte	-72	-139
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristiger Rückstellungen	90	91
Mittelveränderung aus operativer Geschäftstätigkeit	109	21
Ausgaben für Investitionen	-24	-25
Einnahmen aus Desinvestitionen	1	3
Einnahmen aus dem Verkauf BSN medical	433	-
Zins-, Dividenden- und sonstige Finanzeinnahmen	8	15
Mittelveränderung aus investiver Tätigkeit	418	-7
Free-Cashflow	527	14
Veränderung der Finanzverbindlichkeiten	-17	-14
Zins- und sonstige Finanzausgaben	-11	-12
Mittelveränderung aus Finanzierungstätigkeit	-28	-26
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	-2	-1
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	497	-13
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.03.	980	1.217

Eigenkapitalentwicklung							
Januar – März 2007 (in Mio. €)	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Sonstiges Eigenkapital		Anteile anderer Gesellschafter	Gesamt
				Unterschied aus Währungs-umrechnung	Übrige Veränderungen		
01.01.2007	252	47	1.587	-93	-12	9	1.790
Nettoergebnis aus Cashflow Hedges	-	-	-	-	1	-	1
Wechselkursveränderungen	-	-	-	-2	-	-	-2
Übrige Veränderungen	-	-	-	-	-	-3	-3
<i>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</i>	-	-	-	-2	1	-3	-4
Ergebnis nach Steuern	-	-	111	-	-	1	112
31.03.2007	252	47	1.698	-95	-11	7	1.898
Januar – März 2006							
01.01.2006	215	47	1.096	-62	-16	13	1.293
Nettoergebnis aus Cashflow Hedges	-	-	-	-	5	-	5
Wechselkursveränderungen	-	-	-	-9	-	-	-9
Übrige Veränderungen	-	-	-	-	-11	-6	-17
<i>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</i>	0	0	0	-9	-6	-6	-21
Ergebnis nach Steuern	-	-	461	-	-	1	462
31.03.2006	215	47	1.557	-71	-22	8	1.734

Ausgewählte Anhangangaben

Informationen zu Gesellschaft und Konzern

Die Beiersdorf AG hat ihren Firmensitz in der Unnastraße 48 in Hamburg (Deutschland) und ist beim Amtsgericht Hamburg im Handelsregister unter HRB 1787 eingetragen. Die Aktivitäten der Beiersdorf AG und ihrer Tochtergesellschaften („Beiersdorf Konzern“) umfassen im Wesentlichen die Herstellung und den Vertrieb von Markenartikelprodukten in den Bereichen Haut- und Schönheitspflege sowie die Herstellung und den Vertrieb von technischen Klebebändern.

Grundlagen der Erstellung des Abschlusses

Der Konzernzwischenabschluss für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2007 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt. Der Konzernzwischenabschluss sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2006 gelesen werden.

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 2006 angewandt. Der Zwischenbericht wurde vom Wirtschaftsprüfer nicht durchgesehen.

Sondereffekte mit Ergebnisauswirkung

Eine Überleitung des Ergebnisses in Bezug auf die Sondereffekte, die im Berichtszeitraum und im Vorjahreszeitraum Auswirkungen auf das Ergebnis hatten, zeigt die nachfolgende Tabelle:

Überleitung Ergebnis (in Mio. €)			
01.01. – 31.03.2006	Gemäß GuV	Sondereffekte	bereinigt
EBIT	162	-	162
Finanzergebnis	371	-371	-
Steuern	-71	10	-61
Ergebnis	462	-361	101

01.01. – 31.03.2007	Gemäß GuV	Sondereffekte	bereinigt
EBIT	172	10	182
Finanzergebnis	6	-	6
Steuern	-66	-4	-70
Ergebnis	112	6	118

Die Sondereffekte mit EBIT-Auswirkung betreffen Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain in Europa. Der Sondereffekt mit Auswirkung auf das Finanzergebnis bezieht sich auf den Ertrag aus dem Verkauf der Anteile an BSN medical im Vorjahreszeitraum.

Corporate Governance

Die Entsprechenserklärung von Aufsichtsrat und Vorstand für das Geschäftsjahr 2006 zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG wurde Ende Dezember 2006 abgegeben und ist über unsere Website www.Beiersdorf.de dauerhaft zugänglich.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Es liegen keine Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Bilanzstichtag vor, die eine wesentliche Auswirkung auf den Geschäftsverlauf des Beiersdorf Konzerns haben werden.

Hamburg, im Mai 2007

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Weitere Informationen

Finanzkalender

7. August 2007	Zwischenbericht Januar bis Juni 2007
6. November 2007	Zwischenbericht Januar bis September 2007, Finanzanalystenkonferenz
Januar 2008	Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten
Februar/März 2008	Veröffentlichung Geschäftsbericht 2007, Bilanzpressekonferenz, Finanzanalystenkonferenz
30. April 2008	Hauptversammlung
Mai 2008	Zwischenbericht Januar bis März 2008
August 2008	Zwischenbericht Januar bis Juni 2008
November 2008	Zwischenbericht Januar bis September 2008, Finanzanalystenkonferenz

Impressum

Herausgeber:

Beiersdorf Aktiengesellschaft, Corporate Identity & Information, Unnastraße 48, 20245 Hamburg
Telefon: +49 40 4909-0, Fax: +49 40 4909-3434

Weitere Informationen:

Presse und PR: Telefon +49 40 4909-2332, E-Mail: Presse_PR@Beiersdorf.com
Investor Relations: Telefon +49 40 4909-5000, E-Mail: Investor.Relations@Beiersdorf.com
Beiersdorf im Internet: www.Beiersdorf.de

Der Zwischenbericht liegt auch in englischer Sprache vor und ist im Internet als Onlineversion unter www.Beiersdorf.de/Zwischenbericht verfügbar.

Registergericht Hamburg HRB 1787

BDF ●●●● Beiersdorf

Passion for Skin & Beauty Care



Beiersdorf Aktiengesellschaft

Unnastraße 48

20245 Hamburg

Telefon: +49 40 4909-0

Fax: +49 40 4909-3434

www.Beiersdorf.de