

Zwischenbericht
Januar – Juni 2007



Eucerin: Hochwirksame Produkte. International erfolgreich.



Eucerin: Hochwirksame Produkte. International erfolgreich.

Immer mehr Verbraucher haben empfindliche Haut. Sie brauchen gut verträgliche Produkte, die ihnen für ihre speziellen Anforderungen wirksame Lösungen bieten. Aus diesem Grund ist der Markt der medizinischen Hautpflege sehr wachstumsstark.

Eucerin ist eine führende Marke im Bereich der Dermo-Kosmetik und in mehreren Ländern erste Wahl für die Verbraucher. Die hervorragende Verträglichkeit und Wirksamkeit der Produkte werden durch klinische Studien kontinuierlich geprüft. Mit erfolgreichen Innovationen und einer optimalen Produktpräsentation bauen wir die Marktposition von Eucerin international aus.

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** Versicherung des Vorstands
- 19** Weitere Informationen:
Finanzkalender, Impressum

Geschäftsentwicklung im Überblick

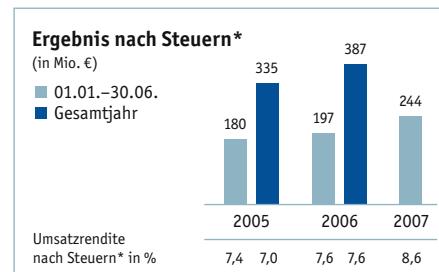
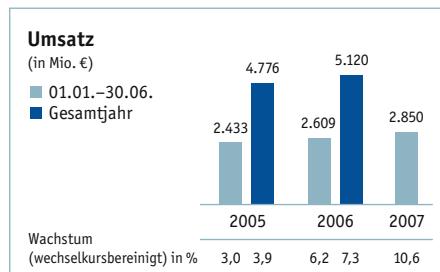
Starkes Umsatzwachstum hält an

- Umsatzwachstum 10,6% (bereinigt um Wechselkursveränderungen)
- Betriebliches Ergebnis (EBIT)* erhöht sich um 16,0%
- EBIT-Umsatzrendite* steigt auf 13,1%
- Ergebnis nach Steuern* bei 244 Mio. €

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2007

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

Beiersdorf auf einen Blick		01.01.-30.06. 2006	01.01.-30.06. 2007
(in Mio. €, sofern nicht anders angegeben)			
Umsatz		2.609	2.850
Veränderung zum Vorjahr (nominal)		7,2%	9,2%
Veränderung zum Vorjahr (wechselkursbereinigt)		6,2%	10,6%
Consumer		2.212	2.426
tesa		397	424
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		263	315
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)		321	373
Ergebnis nach Steuern		518	206
Ergebnis nach Steuern (ohne Sondereffekte)		197	244
Umsatzrendite nach Steuern		19,8%	7,2%
Umsatzrendite nach Steuern (ohne Sondereffekte)		7,6%	8,6%
Ergebnis je Aktie in €		2,27	0,90
Ergebnis je Aktie in € (ohne Sondereffekte)		0,86	1,07
Brutto-Cashflow		234	251
Investitionen (inkl. Finanzanlagen)		49	46
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung		54	61
Mitarbeiter (Anzahl am 30.06.)		17.076	16.990



*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. €)		01.04.–30.06.2006		01.04.–30.06.2007		01.01.–30.06.2006		01.01.–30.06.2007		Entwicklung in % nominal wechselkurs- bereinigt
		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		
Consumer	1.137	85,2	1.252	85,6	2.212	84,8	2.426	85,1	9,7	11,1
tesa	197	14,8	211	14,4	397	15,2	424	14,9	6,6	7,9
Gesamt	1.334	100,0	1.463	100,0	2.609	100,0	2.850	100,0	9,2	10,6
EBITDA (in Mio. €)		in % vom Umsatz		Entwicklung in % nominal						
Consumer	127	11,1	154	12,3	295	13,3	324	13,4		10,1
tesa	24	12,5	29	14,1	50	12,7	58	13,7		15,3
Gesamt	151	11,3	183	12,5	345	13,2	382	13,4		10,9
Betriebliches Ergebnis (EBIT) (in Mio. €)		in % vom Umsatz		Entwicklung in % nominal						
Consumer	83	7,3	119	9,5	226	10,2	268	11,1		18,9
Consumer (ohne Sondereffekte)*	141	12,4	167	13,3	284	12,8	326	13,4		14,9
tesa	18	9,2	24	11,3	37	9,4	47	11,0		24,3
Gesamt	101	7,6	143	9,8	263	10,1	315	11,1		19,7
Gesamt (ohne Sondereffekte)*	159	11,9	191	13,0	321	12,3	373	13,1		16,0
Brutto-Cashflow (in Mio. €)		in % vom Umsatz		Entwicklung in % nominal						
Consumer	72	6,3	95	7,6	197	8,9	209	8,6		6,6
tesa	21	10,9	22	10,1	37	9,3	42	9,8		12,6
Gesamt	93	7,0	117	8,0	234	8,9	251	8,8		7,5

Geschäftsentwicklung nach Regionen

Umsatz (in Mio. €)		01.04.–30.06.2006		01.04.–30.06.2007		01.01.–30.06.2006		01.01.–30.06.2007		Entwicklung in % nominal wechselkurs- bereinigt
		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		
Europa	1.027	77,0	1.077	73,6	1.961	75,2	2.084	73,1	6,2	6,1
Amerika	160	12,0	188	12,8	343	13,1	375	13,2	9,5	15,9
Afrika/Asien/Australien	147	11,0	198	13,6	305	11,7	391	13,7	28,3	34,3
Gesamt	1.334	100,0	1.463	100,0	2.609	100,0	2.850	100,0	9,2	10,6
Betriebliches Ergebnis (EBIT) (in Mio. €)		in % vom Umsatz		Entwicklung in % nominal						
Europa	95	9,3	123	11,4	240	12,2	275	13,2		14,6
Europa (ohne Sondereffekte)*	153	14,9	171	15,8	298	15,2	333	16,0		11,6
Amerika	1	0,4	5	2,8	5	1,6	11	3,0		106,7
Afrika/Asien/Australien	5	3,4	15	7,5	18	5,8	29	7,4		62,4
Gesamt	101	7,6	143	9,8	263	10,1	315	11,1		19,7
Gesamt (ohne Sondereffekte)*	159	11,9	191	13,0	321	12,3	373	13,1		16,0

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

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

Aktuelles

	<p>Nur für kurze Zeit: NIVEA Temporary Shop in Mailand</p>  <p>Vom 14. April bis 13. Mai öffnete der NIVEA Temporary Shop in Mailand seine Pforten – mit einem Beauty-Bereich, in dem die Konsumenten von Experten rund um Styling und Make-up beraten wurden. Der Kurzzeit-Shop ist ein Projekt des kreativen NIVEA Lab, das ungewöhnliche Ideen und Projekte realisiert, um neue Trends zu setzen und zu entwickeln.</p>	<p>Neuer Nachhaltigkeitsbericht: Unsere Verantwortung</p>  <p>Der neue Nachhaltigkeitsbericht von Beiersdorf ist seit April im Internet verfügbar. Er zeigt ausführlich, wie das Unternehmen seiner ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung gerecht wird und beantwortet zentrale Fragen der Stakeholder – von Investoren bis hin zu Verbrauchern. Parallel dazu fasst eine Printversion die wichtigsten Fakten und Zahlen zusammen.</p>	<p>Verleihung des 11. Paul Gerson Unna-Preises</p> <p>Für ihre Forschungsarbeit zu wesentlichen genetischen Ursachen der Neuropathia inversa erhalten in diesem Jahr Prof. Dr. W. H. Irwin McLean (Schottland) und Dr. Alan Irvine (Irland) den renommierten Paul Gerson Unna-Preis. Er wird alle zwei Jahre von der Beiersdorf AG verliehen und zeichnet herausragende Arbeiten auf dem Gebiet der dermatologischen Grundlagenforschung aus. Der Preis ist mit 25.000 Euro einer der höchstdotierten Wissenschaftspreise in diesem Bereich.</p>
APRIL	<p>Internationale Auszeichnungen für Beiersdorf und NIVEA</p> <p>In den USA verlieh der Handelskonzern Wal-Mart den Titel „Supplier of Excellence“ für das 1. Quartal 2007 an Beiersdorf. Als beste Sonnenpflege wurde NIVEA SUN in Griechenland mit dem „Prix de Beauté 2007“ ausgezeichnet. Zusätzlich war die Einführung von NIVEA VISAGE DNAge Tagespflege in Portugal „Master of Distribution 2007“ in der Kategorie „Kosmetik- und Parfümerie-Produkte“.</p>	<p>Erste Pressekonferenz von NIVEA India</p>  <p>In einer Pressekonferenz mit den wichtigsten Finanz- und Life- style-Journalisten informierte NIVEA India über die Expansionspläne der Marke. Thema war vor allem der Launch der NIVEA FOR MEN Linie, mit der das Umsatzwachstum im Männerpflegesegment vorangetrieben werden soll. Die Pressekonferenz ist Teil der PR-Aktivitäten, die NIVEA gezielt in den Blickpunkt der indischen Medien rückt.</p>	<p>NIVEA Websites: Rekordbesuch</p>  <p>Weltweit haben im April 2007 so viele Internetnutzer wie noch nie die Websites von NIVEA besucht. Inzwischen gibt es in 48 Ländern lokale NIVEA Internetseiten mit einheitlichem Markendesign. Jüngste Version ist der Online-Auftritt für Indien, der unter anderem mit interaktiven Beratungsmodulen den Besuchern die Welt von NIVEA öffnet.</p>
MAI	<p>NIVEA in China immer beliebter</p>  <p>In den vergangenen zwei Jahren hat Beiersdorf intensiv in das Wachstum von NIVEA in China investiert – mit großem Erfolg: So konnte NIVEA VISAGE seinen Umsatz 2006 um mehr als 50% steigern. NIVEA FOR MEN ist innerhalb von nur drei Jahren zur Nummer 1 im Männergesichtspflegesegment aufgestiegen.</p>	<p>G8-Gipfel mit tesa scribos</p> <p>Auf dem G8-Gipfel in Heiligendamm (Deutschland) präsentierte tesa in einem Diskussionsforum vor internationalen Ländervertretern seine innovative Holospot-Technologie. Sie ermöglicht einen wirkungsvollen Schutz vor Produkt- und Markenpiraterie, ein wichtiges Thema auf dem Gipfel. Durch den tesa Holospot lässt sich die Echtheit eines Produkts zweifelsfrei überprüfen. Die Merkmale reichen von Eigenschaften, die mit dem bloßen Auge zu erkennen sind, bis zu digital verschlüsselten Informationen.</p>	<p>Fortsetzung der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain</p> <p>Beiersdorf plant die Verlagerung der italienischen Produktion nach Spanien, Deutschland und Polen. Diese Maßnahme ist ein weiterer Schritt im Rahmen der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain. Die italienische Produktion mit Sitz in Brembate, in der Nähe von Mailand, stellt mit 190 Mitarbeitern vor allem Spezialprodukte für NIVEA VISAGE, NIVEA body und NIVEA SUN her.</p>

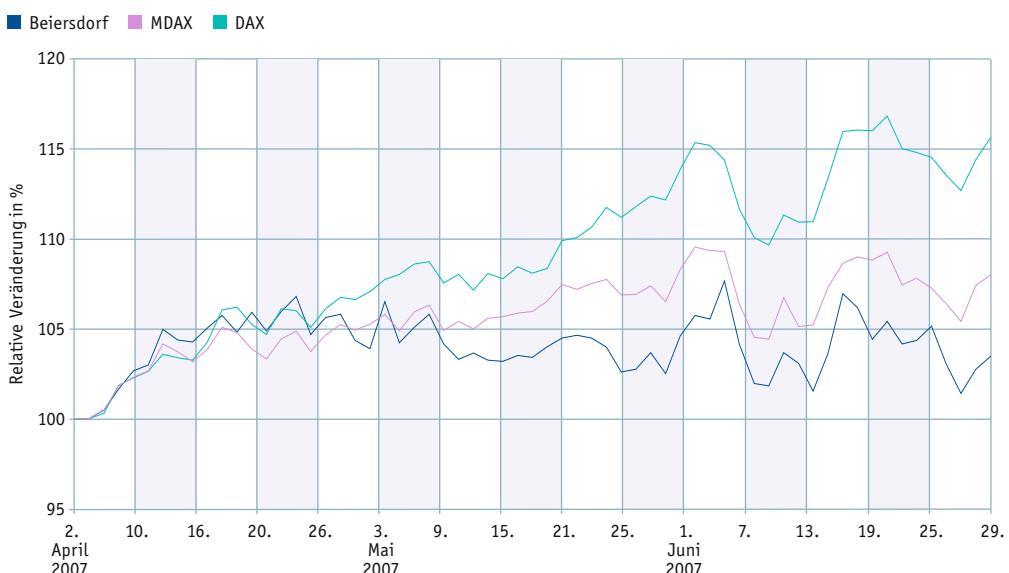
Die Beiersdorf Aktie

Im zweiten Quartal 2007 konnten die Aktien im Euroraum und in den USA trotz deutlich gestiegener langfristiger Anlagerenditen erheblich an Wert gewinnen. Vor dem Hintergrund eines weltweit stabilen und sich sogar beschleunigenden Wirtschaftswachstums berichteten viele Unternehmen über gute Geschäftsverläufe in den ersten Monaten des Jahres. Durch diese positiven Nachrichten und zusätzlich getrieben durch zahlreiche Fusions- und Übernahmaktivitäten waren Anleger trotz der Turbulenzen im Februar wieder risikobereiter und sorgten für steigende Kurse. Im deutschen Aktienmarkt wurde dies durch kräftige Zuwächse im DAX reflektiert, der erstmals wieder die Hürde der 8.000 Punkte nehmen konnte und das Quartal knapp oberhalb dieser Marke beendete.

Die Werte des europäischen HPC-Sektors (Household and Personal Care), zu dem Beiersdorf gezählt wird, zeigten deutlich weniger Dynamik als der deutsche Gesamtmarktindex. Nach zunächst parallelem Verlauf entwickelte sich der HPC-Index verhaltener und schloss zum Halbjahr auf verbessertem, aber vergleichsweise gemäßigtem Niveau.

Die Kursentwicklung der Beiersdorf Aktie verlief zum Quartalsbeginn über den Indizes. Auf der Hauptversammlung im April und bei der Veröffentlichung des Ergebnisses des ersten Quartals im Mai informierte der Vorstand die Finanzöffentlichkeit über den Geschäftsverlauf und die Umsetzung der Consumer Business Strategie. Die starke Beschleunigung des Wachstums sowie die nachhaltigen Erfolge der Einführung von NIVEA VISAGE DNAge und des Relaunchs von NIVEA Hair Care wurden vom Kapitalmarkt sehr positiv aufgenommen und ließen den Kurs unserer Aktie zwischenzeitlich bis auf ein neues Allzeithoch ansteigen. Im Juni führten Vorstandsvorsitzender und Finanzvorstand auf einer Investorenkonferenz in Paris zahlreiche Gespräche; auf Roadshows in London und Paris informierte das Management den Kapitalmarkt weiterführend über Strategie und Geschäftsverlauf von Beiersdorf. Die Beiersdorf Aktie lag zum 29. Juni über dem Kurs des Quartalsbeginns und schloss bei 52,84 €.

Entwicklung der Beiersdorf Aktie von April – Juni 2007



Zwischenlagebericht Konzern

Ertragslage Konzern

Umsatzwachstum von 10,6%

EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) steigt auf 13,1%
Ergebnis nach Steuern (ohne Sondereffekte) deutlich über Vorjahr

Im ersten Halbjahr erzielte der Konzern ein um Wechselkursveränderungen bereinigtes Umsatzwachstum von 10,6%. Zu diesem sehr guten Wachstum trugen der Unternehmensbereich Consumer mit einer Umsatzsteigerung von 11,1% und tesa mit einer Steigerung von 7,9% bei. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 9,2% auf 2.850 Mio. € (Vorjahr: 2.609 Mio. €).

Gewinn- und Verlustrechnung			
(in Mio. €)	01.01.-30.06. 2006	01.01.-30.06. 2007	Entw. in %
Umsatzerlöse	2.609	2.850	9,2
Kosten der umgesetzten Leistungen	-864	-920	6,4
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.745	1.930	10,6
Marketing- und Vertriebskosten	-1.217	-1.342	10,3
Forschungs- und Entwicklungskosten	-54	-61	14,0
Allgemeine Verwaltungskosten	-118	-126	6,3
Sonstiges betriebliches Ergebnis	-35	-28	-17,7
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	321	373	16,0
Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	-58	-58	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	263	315	19,7
Ertrag aus dem Verkauf BSN medical	371	-	-
Übriges Finanzergebnis	-2	14	-
Ergebnis vor Steuern	632	329	-48,0
Steuern von Einkommen und Ertrag	-114	-123	7,7
Ergebnis nach Steuern	518	206	-60,3
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	2,27	0,90	-60,5

Das betriebliche Ergebnis ohne Sondereffekte wurde von 321 Mio. € auf 373 Mio. € gesteigert. Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich von 12,3% auf 13,1%. Die Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain in Europa betragen wie im Vorjahr 58 Mio. € und beinhalten alle bisher angekündigten oder in der Umsetzung befindlichen Maßnahmen.

Das übrige Finanzergebnis stieg um 16 Mio. € auf 14 Mio. € (Vorjahr: -2 Mio. €).

Das Ergebnis nach Steuern lag bei 206 Mio. € (Vorjahr: 518 Mio. €). Ohne Sondereffekte erreichte das Ergebnis nach Steuern 244 Mio. € (Vorjahr: 197 Mio. €), die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern betrug 8,6% (Vorjahr: 7,6%).

Das Ergebnis je Aktie lag bei 0,90 € (Vorjahr: 2,27 €). Ohne Sondereffekte stieg das Ergebnis je Aktie auf 1,07 € (Vorjahr: 0,86 €).



Ertragslage Unternehmensbereiche

Consumer

Unternehmensbereich Consumer 11,1% über Vorjahr
 EBIT-Umsatzrendite Consumer (ohne Sondereffekte)
 steigt auf 13,4%

Consumer (Jan. – Juni) (in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2007	1.763	332	331	2.426
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	5,8%	18,0%	38,9%	11,1%
Entwicklung (nominal)	5,9%	11,5%	32,8%	9,7%
EBIT 2007*	298	7	21	326
EBIT-Umsatzrendite 2007*	16,9%	2,2%	6,2%	13,4%
EBIT 2006*	268	3	13	284
EBIT-Umsatzrendite 2006*	16,1%	1,0%	5,0%	12,8%

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

Im ersten Halbjahr konnte der Umsatz deutlich um 11,1% (bereinigt um Wechselkursveränderungen) gesteigert werden. Zu aktuellen Kursen erreichte der Unternehmensbereich Consumer eine Umsatzsteigerung von 9,7% auf 2.426 Mio. € (Vorjahr: 2.212 Mio. €). In den Regionen Osteuropa, Lateinamerika und Afrika/Asien/Australien konnten wir erneut ein deutlich zweistelliges Wachstum erzielen.

Der NIVEA-Umsatz stieg weltweit um 13,0%. Diese positive Entwicklung war besonders geprägt durch starke Umsatzzuwächse bei NIVEA body, NIVEA deodorant, NIVEA VISAGE und NIVEA FOR MEN. Der Erfolg des Relaunchs von NIVEA Hair Care setzte sich fort. Mit NIVEA-Produkten wurde im ersten Halbjahr ein Umsatz von 1.800 Mio. € erzielt. Der Umsatz mit den Marken Eucerin und la prairie wuchs weiter überproportional.

Das Consumer EBIT (ohne Sondereffekte) konnte gegenüber dem EBIT der Vorjahresperiode (284 Mio. €) überproportional auf 326 Mio. € gesteigert werden. Die entsprechende Umsatzrendite stieg auf 13,4% (Vorjahr: 12,8%).

Consumer Umsatzentwicklung Europa				
(Jan. – Juni) (in Mio. €)	Deutschland	Westeuropa (ohne Deutschland)	Osteuropa	Gesamt
Umsatz 2007	496	985	282	1.763
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	-3,1%	4,5%	33,0%	5,8%
Entwicklung (nominal)	-3,1%	4,3%	34,8%	5,9%

Der Consumer Umsatz in der Region **Europa** lag um 5,8% (bereinigt um Wechselkursveränderungen) über dem Vorjahreswert. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 5,9% auf 1.763 Mio. € (Vorjahr: 1.665 Mio. €).

Mit Kunden in **Deutschland** lag der Umsatz um 4,3% über dem Vorjahr. Einen wesentlichen Anteil am Umsatzwachstum hatten unsere Marken NIVEA body, NIVEA deodorant und NIVEA Bath Care. NIVEA body profitierte weiterhin von der erfolgreichen Einführung von NIVEA Good-bye Cellulite und auch NIVEA Summer Beauty leistete einen guten Beitrag. Unsere Marke Eucerin im Apothekengeschäft wuchs erneut überproportional. Beginnend mit dem dritten Quartal 2006 wurden insbesondere 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.

Das Umsatzwachstum in **Westeuropa** betrug 4,5% (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Dazu trugen insbesondere die La Prairie Gruppe (+17,3%), Griechenland (+15,5%) und die UK/Irland-Gruppe (+7,4%) bei. Positive Beiträge zum Umsatzwachstum leisteten NIVEA deodorant, NIVEA VISAGE, unter anderem durch die gute Entwicklung der Gesichtspflegelinie NIVEA VISAGE DNAge, und NIVEA Hair Care. Unsere Marken la prairie und Eucerin erzielten erneut zweistellige Wachstumsraten.

Die Umsätze in **Osteuropa** erreichten mit einem Plus von 33,0% wieder ein sehr starkes Wachstum. In Russland, Polen und allen anderen großen osteuropäischen Märkten konnten wir zweistellige Wachstumsraten verzeichnen.

In Russland trugen NIVEA FOR MEN, NIVEA Hair Care und NIVEA deodorant wesentlich zum Wachstum bei. In Polen entwickelten sich die Umsätze mit NIVEA deodorant, NIVEA body und NIVEA Hair Care besonders gut. Die Verlagerung der Exportumsätze von der Beiersdorf AG (Deutschland) zur Tochtergesellschaft in Russland trug mit ca. sechs Prozentpunkten zu der Wachstumsrate dieser Region bei.

Das Consumer EBIT in Europa (ohne Sondereffekte) entwickelte sich überproportional auf 298 Mio. € (Vorjahr: 268 Mio. €). Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite stieg auf 16,9% (Vorjahr: 16,1%).

Consumer Umsatzentwicklung Amerika (Jan. – Juni) (in Mio. €)		Nordamerika	Lateinamerika	Gesamt
Umsatz 2007		168	164	332
Entwicklung (wechselkursbereinigt)		9,9%	28,1%	18,0%
Entwicklung (nominal)		2,0%	23,3%	11,5%

In der Region **Amerika** stieg der Umsatz um 18,0% (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 332 Mio. € um 11,5% über dem Vorjahreswert (298 Mio. €).

Der Umsatz in **Nordamerika** (bereinigt um Wechselkursveränderungen) lag um 9,9% über dem des Vorjahreszeitraums. Verantwortlich hierfür ist insbesondere der sich fortsetzende Erfolg des Relaunchs von NIVEA body. Zusätzlich entwickelte sich unsere Marke Eucerin sehr positiv. Der Verkauf des ertrags- und wachstumsschwachen Curad Pflastergeschäfts in den USA im April 2007 verringerte die gute Wachstumsrate in Nordamerika leicht.

In **Lateinamerika** verzeichneten wir ein Umsatzwachstum von 28,1% (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Dazu trugen alle großen Märkte mit zweistelligen Wachstumsraten bei. Neben den wichtigen Märkten Mexiko (+19,3%) und Brasilien (+38,3%) verzeichneten besonders Argentinien (+55,1%) und Venezuela (+45,3%) starke Wachstumsraten. In dieser Region entwickelten sich insbesondere NIVEA deodorant, NIVEA VISAGE und NIVEA Bath Care sehr gut.

Das Consumer EBIT in Amerika stieg auf 7 Mio. € (Vorjahr: 3 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite betrug 2,2% (Vorjahr: 1,0%).

Consumer Umsatzentwicklung Afrika/Asien/Australien (Jan. – Juni) (in Mio. €)		Afrika/Asien/ Australien
Umsatz 2007		331
Entwicklung (wechselkursbereinigt)		38,9%
Entwicklung (nominal)		32,8%

Die Region **Afrika/Asien/Australien** erreichte mit 38,9% (bereinigt um Wechselkursveränderungen) eine sehr gute Wachstumsrate. Der Umsatz zu aktuellen Wechselkursen erreichte 331 Mio. € und lag damit um 32,8% über dem Vorjahr (249 Mio. €).

Zum starken Umsatzwachstum trugen insbesondere Südafrika (+57,2%), China (+40,1%) und Thailand (+28,7%) bei. In Südafrika konnten NIVEA body und NIVEA deodorant deutliche Wachstumssteigerungen verzeichnen. In China wird das Wachstum vor allem von den Entwicklungen bei NIVEA VISAGE und NIVEA FOR MEN getragen. Thailand erreichte in nahezu allen Produktkategorien hohe Umsatzzuwächse. In Japan stieg der Umsatz wechselkursbereinigt um 5,5%, insbesondere gestützt durch die herausragende Stellung unserer Marke 8x4 im japanischen Deomarkt, aber auch durch Umsatzsteigerungen bei NIVEA SUN und NIVEA FOR MEN. Der Aufbau unseres Geschäfts in Indien verläuft planmäßig mit hohen Wachstumsraten, allerdings noch auf einer relativ geringen absoluten Umsatzbasis.



Die Verlagerung von Exportumsätzen aus der Beiersdorf AG (Deutschland) auf unsere 2006 gegründete Gesellschaft in Dubai trug mit etwa 18 Prozentpunkten zum Wachstum in dieser Region bei.

Das Consumer EBIT dieser Region erhöhte sich auf 21 Mio. € (Vorjahr: 13 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 6,2% (Vorjahr: 5,0%).

tesa

Unternehmensbereich tesa wächst um 7,9% EBIT-Umsatzrendite tesa steigt auf 11,0%

tesa (Jan. – Juni) (in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2007	320	44	60	424
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	7,8%	1,9%	13,4%	7,9%
Entwicklung (nominal)	8,0%	-3,8%	8,1%	6,6%
EBIT 2007	35	4	8	47
EBIT-Umsatzrendite 2007	10,8%	9,0%	13,7%	11,0%
EBIT 2006	30	2	5	37
EBIT-Umsatzrendite 2006	10,0%	5,8%	9,4%	9,4%

Der tesa-Umsatz lag um 7,9% (bereinigt um Wechselkursveränderungen) über dem Vorjahresumsatz. Zu aktuellen Kursen erreichte tesa einen Umsatz von 424 Mio. € und wuchs damit um 6,6% im Vergleich zum Vorjahr.

Im zweiten Quartal setzte sich die positive Entwicklung sowohl im Industrie- als auch im Endverbrauchergeschäft fort. Im Geschäft mit den Endverbrauchern lagen alle Regionen über dem Vorjahr, wobei sowohl in Nordeuropa als auch in Osteuropa zweistellige Umsatzzuwächse erzielt werden konnten.

Auch im Industriegeschäft verzeichnete tesa eine deutlich positive Entwicklung. Das Wachstum entwickelte sich sowohl im Geschäft mit dem industriellen Handel als auch im Direktgeschäft sehr gut. Die größten Umsatzzuwächse wurden mit Kunden aus dem Bereich der Elektro- und Elektronikindustrie erzielt.

Im Unternehmensbereich tesa zeigten insbesondere die Regionen Osteuropa (+19,3%) und Afrika/Asien/Australien (+13,4%) zweistellige Umsatzzuwächse (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Erfreulich ist auch die gute Entwicklung der Region Zentraleuropa sowohl im Industriebereich (+7,8%) als auch im Geschäft mit den Endverbrauchern (+5,9%).

Das EBIT wurde auf 47 Mio. € (Vorjahr: 37 Mio. €) gesteigert, die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 11,0% (Vorjahr: 9,4%).



Vermögenslage Konzern

Bilanz			
Aktiva (in Mio. €)	31.12.2006	30.06.2006	30.06.2007
Langfristige Vermögenswerte	814	904	792
Vorräte	548	560	570
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	904	1.006	1.137
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.230	938	1.217
	3.496	3.408	3.716
Passiva (in Mio. €)	31.12.2006	30.06.2006	30.06.2007
Eigenkapital	1.790	1.640	1.850
Langfristiges Fremdkapital	547	599	527
Kurzfristiges Fremdkapital	1.159	1.169	1.339
	3.496	3.408	3.716

Die langfristigen Vermögenswerte zum 30. Juni lagen mit 792 Mio. € deutlich unter den Vergleichswerten des Vorjahrs und auch unter den Werten zum Jahresende 2006. Im Zusammenhang mit der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain wurden Produktionsstätten und Logistiklager verkauft oder auf den beizulegenden Wert abgewertet. Die Investitionen ohne Finanzanlagen lagen im ersten Halbjahr 2007 bei 45 Mio. € (Vorjahr: 44 Mio. €). Davon entfielen auf den Geschäftsbereich Consumer 37 Mio. € (Vorjahr: 34 Mio. €) und auf tesa 8 Mio. € (Vorjahr: 10 Mio. €). Die Abschreibungen und Wertberichtigungen beliefen sich auf 67 Mio. € (Vorjahr: 82 Mio. €). Die Vorräte lagen trotz der Geschäftsausweitung mit 570 Mio. € nur geringfügig über dem Vorjahreswert (560 Mio. €). Die gute Umsatzentwicklung führte zu gestiegenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und damit auch zu einer deutlichen Erhöhung der sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte auf 1.137 Mio. €.

Das langfristige Fremdkapital veränderte sich seit dem 31. Dezember 2006 nur unwesentlich. Die operativ bedingte Erhöhung der sonstigen Rückstellungen sowie höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen führten zu einem Anstieg des kurzfristigen Fremdkapitals auf 1.339 Mio. €.

Finanzierungsstruktur



■ Eigenkapital ■ Langfristiges Fremdkapital ■ Kurzfristiges Fremdkapital

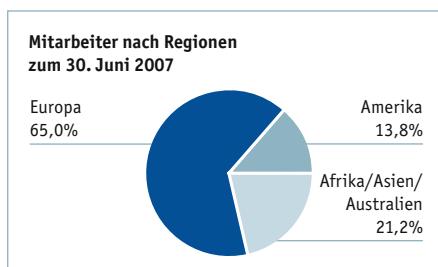
Finanzlage Konzern

Kapitalflussrechnung (in Mio. €)	01.01.–30.06. 2006	01.01.–30.06. 2007
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	483	1.230
Brutto-Cashflow	234	251
Mittelveränderung Nettoumlauvermögen	-15	-101
Mittelveränderung aus operativer Geschäftstätigkeit	219	150
Mittelveränderung aus investiver Tätigkeit	409	-1
Free-Cashflow	628	149
Mittelveränderung aus Finanzierungstätigkeit	-165	-161
Wechselkurs- und sonstige Veränderungen	-8	-1
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	455	-13
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.06.	938	1.217

Der Brutto-Cashflow betrug 251 Mio. €. Der Mittelabfluss aus der Veränderung des Nettoumlauvermögens lag bei 101 Mio. €. Ursache hierfür waren im Wesentlichen gestiegene Forderungen aus Lieferungen und Leistungen infolge des guten Geschäftsverlaufs. Insgesamt lag der Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit bei 150 Mio. €. Die Mittelveränderung aus investiver Tätigkeit betrug -1 Mio. €. Den Ausgaben für Investitionen inkl. Finanzanlagen in Höhe von 46 Mio. € standen Zins-einnahmen und sonstige Zuflüsse in Höhe von 45 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 erreichte 149 Mio. €. Bedingt durch die Auszahlung der Dividende in Höhe von 136 Mio. € sowie Zins- und sonstiger Finanzausgaben in Höhe von 25 Mio. € lag der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit bei 161 Mio. €. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erreichten 1.217 Mio. €.

Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter verringerte sich gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2006 um 182 auf 16.990. Zum 30. Juni waren 13.201 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.789 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.



Sonstige Angaben

Weiterer Schritt der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain eingeleitet

Im Rahmen der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain plant Beiersdorf die Verlagerung der Produktion des Werks der italienischen Tochtergesellschaft in die bestehenden Beiersdorf Produktionsstätten in Spanien, Deutschland und Polen.

Verabschiedung der Unternehmensteuerreform 2008 in Deutschland

Der Bundesrat hat am 6. Juli 2007, und damit nach dem Bilanzstichtag, dem Unternehmensteuerreformgesetz zugestimmt. Für die Berechnung der latenten Steuern im Konzern sind nach IFRS jene Steuersätze maßgebend, die zum Bilanzstichtag gültig sind. Die Steuereffekte der Reform werden somit im Halbjahresabschluss noch nicht berücksichtigt. Zum dritten Quartal erwarten wir durch die Neuberechnung der latenten Steuern eine positive Beeinflussung des Ergebnisses nach Steuern.

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 Halbjahr 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 der Kontinuität der bestehenden Wachstumsraten aus.

Der weltweite Kosmetikmarkt wird voraussichtlich mit 3% bis 4% 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 **Konzern** soll nach der sehr guten Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2007 für das Gesamtjahr 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. Als Folge der im Juli 2007 beschlossenen Unternehmenssteuerreform 2008 in Deutschland rechnen wir durch die Neukalkulation der latenten Steuern mit einem zusätzlichen positiven Einfluss auf das Ergebnis nach Steuern. Der Effekt wird erstmalig im Zwischenabschluss zum 30. September 2007 ausgewiesen.

Auf Basis des nachhaltigen Wachstums im ersten Halbjahr erwarten wir für den Unternehmensbereich **Consumer** bezogen auf das Gesamtjahr ein Umsatzwachstum (bereinigt um Wechselkursveränderungen), das am oberen Rand der angestrebten Bandbreite von 7% bis 8% liegt. Besonders starkes Wachstum sehen wir weiterhin vor allem in China, Russland, Brasilien und Indien.

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

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

Zwischenabschluss Konzern

Gewinn- und Verlustrechnung		01.04.–30.06.	01.04.–30.06.	01.01.–30.06.	01.01.–30.06.
(in Mio. €)		2006	2007	2006	2007
Umsatzerlöse	1.334	1.463	2.609		2.850
Kosten der umgesetzten Leistungen	-443	-486	-864		-920
Bruttoergebnis vom Umsatz	891	977	1.745		1.930
Marketing- und Vertriebskosten	-627	-685	-1.217		-1.342
Forschungs- und Entwicklungskosten	-27	-31	-54		-61
Allgemeine Verwaltungskosten	-58	-62	-118		-126
Sonstiges betriebliches Ergebnis	-20	-8	-35		-28
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	159	191	321		373
Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	-58	-48	-58		-58
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	101	143	263		315
Ertrag aus dem Verkauf BSN medical	-	-	371		-
Übriges Finanzergebnis	-2	8	-2		14
Ergebnis vor Steuern	99	151	632		329
Steuern von Einkommen und Ertrag	-43	-57	-114		-123
Ergebnis nach Steuern	56	94	518		206
Ergebnis der Anteilseigner	55	93	516		204
Ergebnis anderer Gesellschafter	1	1	2		2
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,24	0,41	2,27		0,90

Bilanz		31.12.2006	30.06.2006	30.06.2007
Aktiva (in Mio. €)				
Immaterielle Vermögenswerte		30	29	28
Sachanlagen		740	830	717
Sonstige langfristige Vermögenswerte		12	17	13
Latente Steueransprüche		32	28	34
Langfristige Vermögenswerte		814	904	792
Vorräte		548	560	570
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		727	845	937
Ertragsteuerforderungen		25	23	19
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte		116	138	179
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		1.230	938	1.217
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen		36	-	2
Kurzfristige Vermögenswerte		2.682	2.504	2.924
		3.496	3.408	3.716
Passiva (in Mio. €)		31.12.2006	30.06.2006	30.06.2007
Anteile der Anteilseigner der Beiersdorf AG		1.781	1.633	1.843
Anteile anderer Gesellschafter		9	7	7
Eigenkapital		1.790	1.640	1.850
Langfristige Rückstellungen		419	436	412
Langfristige Finanzverbindlichkeiten		8	24	7
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten		8	6	10
Latente Steuerverbindlichkeiten		112	133	98
Langfristiges Fremdkapital		547	599	527
Kurzfristige Rückstellungen		469	542	619
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		485	397	518
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		62	63	56
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten		120	167	146
Zur Veräußerung bestimmtes Fremdkapital		23	-	-
Kurzfristiges Fremdkapital		1.159	1.169	1.339
		3.496	3.408	3.716

Kapitalflussrechnung		01.01.–30.06. 2006	01.01.–30.06. 2007
(in Mio. €)			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.		483	1.230
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		263	315
Gezahlte Ertragsteuern		-114	-113
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen		82	67
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)		3	-8
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen		-	-10
Brutto-Cashflow		234	251
Veränderung der Vorräte		-24	-22
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte		-153	-246
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen		162	167
Mittelveränderung aus operativer Geschäftstätigkeit		219	150
Ausgaben für Investitionen		-49	-46
Einnahmen aus Desinvestitionen		9	14
Einnahmen aus dem Verkauf BSN medical		433	-
Zins-, Dividenden- und sonstige Finanzeinnahmen		16	31
Mittelveränderung aus investiver Tätigkeit		409	-1
Free-Cashflow		628	149
Veränderung der Finanzverbindlichkeiten		-16	-6
Zins- und sonstige Finanzausgaben		-20	-19
Gezahlte Dividende Beiersdorf AG		-129	-136
Mittelveränderung aus Finanzierungstätigkeit		-165	-161
Wechselkurs- und sonstige Veränderungen		-8	-1
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		455	-13
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.06.		938	1.217

Eigenkapitalentwicklung							
Januar – Juni 2007 (in Mio. €)	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen	Sonstiges Eigenkapital			Gesamt
				Unterschied aus Währungs- umrechnung	Übrige Veränderungen	Anteile anderer Gesellschafter	
01.01.2007	252	47	1.587	-93	-12	9	1.790
Netto-Ergebnis aus Cashflow Hedges	-	-	-	-	-1	-	-1
Wechselkursveränderungen	-	-	-	-14	-	-	-14
Übrige Veränderungen	-	-	-5	-	14	-4	5
<i>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</i>	-	-	-5	-14	13	-4	-10
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-136	-	-	-	-136
Ergebnis nach Steuern	-	-	204	-	-	2	206
30.06.2007	252	47	1.650	-107	1	7	1.850
Januar – Juni 2006							
01.01.2006	215	47	1.096	-62	-16	13	1.293
Netto-Ergebnis aus Cashflow Hedges	-	-	-	-	6	-	6
Wechselkursveränderungen	-	-	-	-31	-	-1	-32
Übrige Veränderungen	37	-	-37	-	-9	-7	-16
<i>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</i>	37	0	-37	-31	-3	-8	-42
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-129	-	-	-	-129
Ergebnis nach Steuern	-	-	516	-	-	2	518
30.06.2006	252	47	1.446	-93	-19	7	1.640

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 30. Juni 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 Konzernzwischenabschluss wurden die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie im Konzernabschluss 2006 angewandt. Der Zwischenbericht wurde vom Abschlussprüfer nicht geprüft oder einer prüferischen Durchsicht unterzogen.

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.–30.06.2006	Gemäß GuV	Sondereffekte	bereinigt
EBIT	263	58	321
Finanzergebnis	369	-371	-2
Steuern	-114	-8	-122
Ergebnis	518	-321	197

01.01.–30.06.2007	Gemäß GuV	Sondereffekte	bereinigt
EBIT	315	58	373
Finanzergebnis	14	-	14
Steuern	-123	-20	-143
Ergebnis	206	38	244

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.

Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Bezüglich der Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2006. Es haben sich im ersten Halbjahr 2007 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

Corporate Governance

Die Entsprechenserklärung von Aufsichtsrat und Vorstand für das Geschäftsjahr 2006 zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 Aktiengesetz 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.

Versicherung des Vorstands

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Hamburg, im August 2007

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Weitere Informationen

Finanzkalender

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, Global 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