

BDF ●●●●

Beiersdorf

Zwischenbericht
Januar – September 2007



NIVEA Hair Care: Auf Erfolgskurs im Wachstumsmarkt



NIVEA Hair Care: Auf Erfolgskurs im Wachstumsmarkt

Der Haarpflegemarkt ist mit einer großen Anzahl an Produktinnovationen ausgesprochen dynamisch. Haarpflege und -styling spielen für Frauen und Männer weltweit eine wesentliche Rolle für ihr äußeres Erscheinungsbild. Die Innovationen von NIVEA Hair Care, zum Beispiel die Produktlinie Straight & Easy, stärken die internationale Positionierung von Beiersdorf als Unternehmen für Haut- und Schönheitspflege.

Auf dem Schönheitspflegemarkt verzeichnete die Kategorie Haarpflege weltweit einen deutlichen Umsatzanstieg. Für NIVEA Hair Care, derzeit in 25 Ländern erhältlich, bietet dieses Feld großes Wachstumspotenzial. In den kommenden Jahren wird deshalb die Expansionsstrategie von NIVEA Hair Care in weiteren Märkten umgesetzt werden.

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

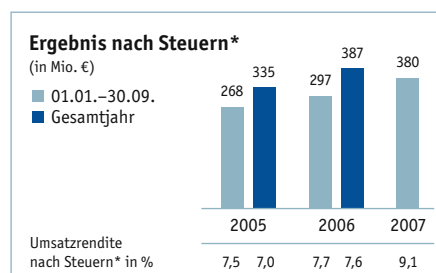
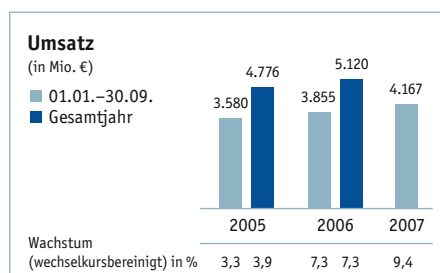
Starkes Umsatzwachstum hält an

- Umsatzwachstum 9,4% (bereinigt um Wechselkursveränderungen)
- Betriebliches Ergebnis (EBIT)* erhöht sich um 14,8%
- EBIT-Umsatzrendite* bei 12,7%
- Ergebnis nach Steuern* bei 380 Mio. €

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2007

- Umsatzsteigerung mit etwa 8% deutlich über Marktwachstum
- EBIT-Umsatzrendite* über 12%
- Weitere Verbesserung der Umsatzrendite nach Steuern auf über 8%*

Beiersdorf auf einen Blick		01.01.–30.09. 2006	01.01.–30.09. 2007
(in Mio. €, sofern nicht anders angegeben)			
Umsatz		3.855	4.167
Veränderungen zum Vorjahr (nominal)		7,7%	8,1%
Veränderungen zum Vorjahr (wechsellkursbedingt)		7,3%	9,4%
Consumer		3.260	3.531
tesa		595	636
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		365	467
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)		462	531
Ergebnis nach Steuern**		592	338
Ergebnis nach Steuern (ohne Sondereffekte)**		297	380
Umsatzrendite nach Steuern**		15,4%	8,1%
Umsatzrendite nach Steuern (ohne Sondereffekte)**		7,7%	9,1%
Ergebnis je Aktie in €		2,59	1,49
Ergebnis je Aktie in € (ohne Sondereffekte)		1,29	1,68
Brutto-Cashflow		319	361
Investitionen (inkl. Finanzanlagen)		74	74
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung		82	91
Mitarbeiter (Anzahl am 30.09.)		17.303	17.285



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

**Das Ergebnis nach Steuern im Jahr 2007 beinhaltet den nicht als Sondereffekt eingestuftten positiven Effekt durch die Neuberechnung der latenten Steuern in Folge des Unternehmensteuerreformgesetzes ab 2008 in Höhe von 19 Mio. €.

Segmente im Überblick

Geschäftsentwicklung nach Unternehmensbereichen

Umsatz		01.07.–30.09.2006		01.07.–30.09.2007		01.01.–30.09.2006		01.01.–30.09.2007		Entwicklung in %	
(in Mio. €)		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		nominal	wechselkursbereinigt
Consumer	1.048	84,1	1.105	83,9	3.260	84,6	3.531	84,7	8,3	9,6	
tesa	198	15,9	212	16,1	595	15,4	636	15,3	7,0	8,2	
Gesamt	1.246	100,0	1.317	100,0	3.855	100,0	4.167	100,0	8,1	9,4	

EBITDA		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		Entwicklung in %	
(in Mio. €)										nominal	
Consumer	137	13,1	143	12,9	432	13,2	467	13,2		8,2	
tesa	26	13,3	30	13,9	76	12,9	88	13,8		14,4	
Gesamt	163	13,1	173	13,1	508	13,2	555	13,3		9,2	

Betriebliches Ergebnis (EBIT)		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		Entwicklung in %	
(in Mio. €)										nominal	
Consumer	82	7,8	129	11,6	308	9,4	397	11,2		29,0	
Consumer (ohne Sondereffekte) *	121	11,6	135	12,2	405	12,4	461	13,0		13,7	
tesa	20	10,1	23	11,1	57	9,7	70	11,0		22,1	
Gesamt	102	8,2	152	11,5	365	9,5	467	11,2		27,9	
Gesamt (ohne Sondereffekte) *	141	11,3	158	12,0	462	12,0	531	12,7		14,8	

Brutto-Cashflow		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		Entwicklung in %	
(in Mio. €)										nominal	
Consumer	72	6,9	84	7,6	269	8,3	293	8,3		9,0	
tesa	13	6,5	26	12,4	50	8,4	68	10,7		36,6	
Gesamt	85	6,8	110	8,4	319	8,3	361	8,7		13,3	

Geschäftsentwicklung nach Regionen

Umsatz		01.07.–30.09.2006		01.07.–30.09.2007		01.01.–30.09.2006		01.01.–30.09.2007		Entwicklung in %	
(in Mio. €)		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		nominal	wechselkursbereinigt
Europa	882	70,8	910	69,1	2.844	73,8	2.994	71,8	5,3	5,2	
Amerika	188	15,1	197	14,9	530	13,8	572	13,8	7,8	13,6	
Afrika/Asien/Australien	176	14,1	210	16,0	481	12,4	601	14,4	25,2	30,2	
Gesamt	1.246	100,0	1.317	100,0	3.855	100,0	4.167	100,0	8,1	9,4	

Betriebliches Ergebnis (EBIT)		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		Entwicklung in %	
(in Mio. €)										nominal	
Europa	76	8,7	125	13,7	316	11,1	400	13,4		26,3	
Europa (ohne Sondereffekte) *	115	13,1	131	14,4	413	14,5	464	15,5		12,0	
Amerika	11	5,6	8	4,3	16	3,0	20	3,5		23,6	
Afrika/Asien/Australien	15	8,5	19	8,9	33	6,8	47	7,9		45,6	
Gesamt	102	8,2	152	11,5	365	9,5	467	11,2		27,9	
Gesamt (ohne Sondereffekte) *	141	11,3	158	12,0	462	12,0	531	12,7		14,8	

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

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

Aktuelles

JULI

Frischlucht für die Haut: NIVEA VISAGE Oxygen Power



Den Forschern im Hause Beiersdorf ist es erstmals gelungen, 15% reinen Sauerstoff in einer Creme zu stabilisieren: Die Innovation NIVEA VISAGE Oxygen Power ist als

Tages- und Nachtpflege sowie Waschgel in 20 europäischen Ländern und Australien erhältlich. Eine Ausweitung der Produktlinie und die Einführung in weiteren Ländern sind für das Jahr 2008 geplant.

Soziales Engagement von Hansaplast in Indonesien

Eine bei einem Erdbeben in Zentraljava zerstörte Schule konnte dank des Engagements von Beiersdorf wieder aufgebaut werden. Unter dem Motto „Hansaplast peduli“ („Hansaplast kümmert sich“) wurde das Spendenprojekt gemeinsam mit der örtlichen Hilfsorganisation „Titian Foundation“ realisiert. Im Juli eröffnete der Gouverneur der Region im Rahmen eines Festakts die neuen Gebäude.

Einführung von NIVEA Hair Care Straight & Easy



Mit den neuen Pflege- und Stylingprodukten von Straight & Easy hat NIVEA Hair Care im Juli eine lang ersehnte Hilfe für lockiges und krauses Haar mit großem Erfolg auf den Markt gebracht. Die innovative Produktlinie wird im Laufe des Jahres 2008 in rund 20 europäischen Ländern eingeführt.

AUGUST

Start der Dachmarkenkampagne „Schönheit ist ...“



Am 27. August startete in Deutschland die globale Dachmarkenkampagne für NIVEA. Bis Ende des Jahres 2008 wird in über 60 Ländern die Kampagne für einen weltweit einheitlichen Auftritt der Marke NIVEA sorgen.

„Schönheit ist ...“ für jeden etwas anderes: Beiersdorf geht damit auf das weltweit veränderte Selbstverständnis und individuelle Schönheitsempfinden von Frauen ein.

NIVEA VISAGE in Indien



Auf dem hart umkämpften Gesichtspflegemarkt in Indien hat Beiersdorf die NIVEA VISAGE essential line eingeführt. Begleitet von einer umfassenden Mediakampagne spricht NIVEA in Indien vor allem Frauen aus den Metropolregionen an, die ihrer Haut Schutz und Pflege geben wollen: „Gibt der Haut zurück, was die Stadt ihr nimmt“.

Spatenstich in Shanghai

Das enorme Wachstum im Reich der Mitte ist der Grund für den Neubau einer Fabrik in Shanghai für die in China immer beliebter werdenden NIVEA-Produkte. Im August erfolgte die Grundsteinlegung für die Erweiterung der Produktionskapazitäten. Die Zeremonie stand unter dem Motto einer uralten Legende: Ein Fisch, der über das Drachentor springt, verwandelt sich in einen Drachen – ein Sinnbild für Wachstum und qualitativen Fortschritt.

SEPTEMBER

20 Jahre Luxus-Hautpflege von la prairie



Mit einer Sonderedition der Skin Caviar Luxe Creme begeht die la prairie Caviar Collection das 20-jährige Jubiläum. Der klassische blaue Tiegel steckt für kurze Zeit in einer handgefertigten Umhüllung, die mit glitzernden Swarovski-Steinen besetzt ist. Der Einsatz des kostbaren Wirkstoffs Kaviar wird damit auch in der äußeren Erscheinung des Produkts sichtbar.

Einführung von NIVEA Hair Care in Frankreich



In Frankreich stand der September im Zeichen des Markteintritts von NIVEA Hair Care. Das Segment Haarpflege und -styling verfügt dort noch über großes Wachstumspotenzial. Mit den nun eingeführten Produkten erwartet die französische Tochtergesellschaft eine deutliche Steigerung von Umsatz und Marktanteil.

Corporate Sustainability in Brasilien

Mit einer feierlichen Veranstaltung wurde im September das neue Corporate Sustainability Programm der brasilianischen Tochtergesellschaft der Öffentlichkeit vorgestellt. Zusätzlich zu dem langjährigen sozialen Engagement mit der Casa NIVEA gibt es nun eine Kooperation mit dem „Institut Ayrton Senna“, deren Ziel es ist, jährlich 2.700 Teenagern aus der Region eine bessere Schulbildung und damit bessere Zukunftschancen zu eröffnen.

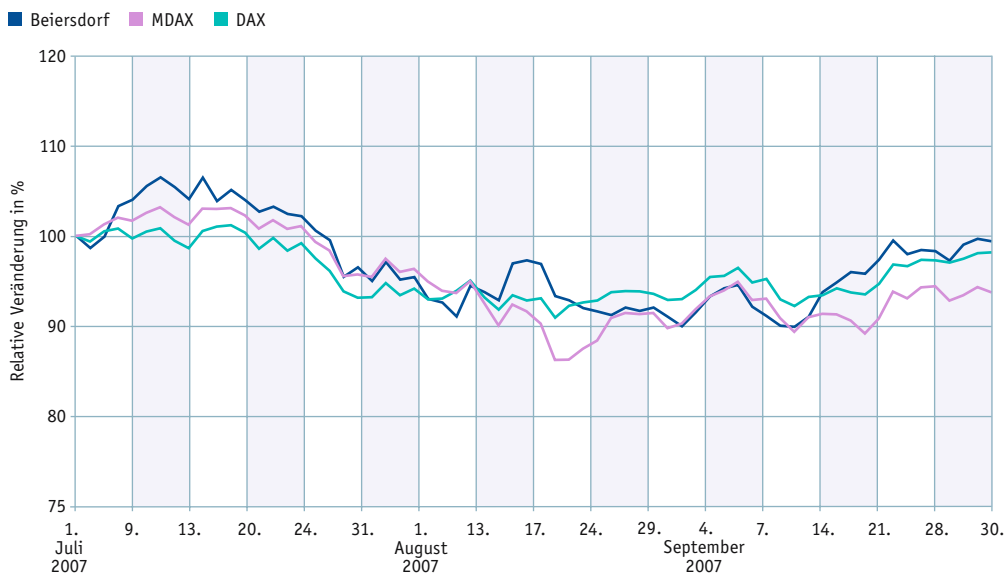
Die Beiersdorf Aktie

Von Ende Mai bis weit in das dritte Quartal hinein verloren die Kurse an den internationalen Aktienmärkten stark an Boden. Dies spiegelte die Sorge der Anleger hinsichtlich der gespannten Lage am amerikanischen Subprime-Hypothekenmarkt wider. Die Neubewertung der Kreditrisiken führte zu erhöhter Risikoaversion und hatte deutliche Auswirkungen auf die Aktienkurse weltweit. Nach Meinung von Beobachtern waren es weniger Revisionen der positiven Gewinnaussichten bei den Firmen im Eurogebiet als vielmehr die Forderung der Anleger nach höheren Risikoprämien für die Aktienhaltung, durch die sowohl der US- als auch der europäische Aktienmarkt stark unter Druck gerieten. Diese Verluste wurden im September teilweise wieder ausgeglichen, da viele Marktteilnehmer trotz der Turbulenzen von einer insgesamt robusten Wirtschaftsentwicklung in den nächsten Jahren ausgehen. Auch der DAX verlor bis zur Quartalsmitte deutlich an Boden, konnte danach wieder leicht zulegen und beendete das Quartal bei einem Stand von 7.862 Punkten.

Im europäischen HPC-Sektor (Household and Personal Care) brachte die Berichtssaison größtenteils eine Bestätigung der Vorgaben für das Jahr 2007; auf dieser Basis zeigte sich der Index etwas freundlicher als der Gesamtmarkt und zog zum Quartalsende deutlich an.

Die Beiersdorf Aktie startete kraftvoll in das dritte Quartal und entwickelte sich im Monat Juli besser als die deutschen Indizes. Mit der Veröffentlichung der Zahlen des zweiten Quartals konnten die Erwartungen des Markts erfüllt werden; in einem Conference Call am 7. August berichtete der Vorstand über die Umsetzung der Consumer Business Strategie. Im direkten Gespräch mit dem Kapitalmarkt erläuterten Vorstandsvorsitzender und Finanzvorstand den Geschäftsverlauf und standen der Financial Community Rede und Antwort. Nach einer kurzen Aufwärtsbewegung im Anschluss an die Veröffentlichung bewegte sich der Kurs unserer Aktie über mehrere Wochen zusammen mit den Indizes seitwärts. Der Kapitalmarkt registrierte wohlwollend den Start der NIVEA-Dachmarkenkampagne Ende August. Auf einer Roadshow durch Italien und die Schweiz erläuterte das Management diese wichtige Weiterentwicklung im Marketing der größten Beiersdorf Marke. Unsere Aktie lag Ende September über der Entwicklung von DAX und MDAX. Sie schloss bei 52,52 Euro auf dem Niveau des Quartalsbeginns.

Entwicklung der Beiersdorf Aktie von Juli – September 2007



Zwischenlagebericht Konzern

Ertragslage Konzern

Umsatzwachstum von 9,4%

EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) steigt auf 12,7%

Ergebnis nach Steuern (ohne Sondereffekte) deutlich über Vorjahr

Der Konzern erreichte bis zum dritten Quartal ein um Wechselkursveränderungen bereinigtes Umsatzwachstum von 9,4%. Zu diesem guten Wachstum trugen der Unternehmensbereich Consumer mit einer Umsatzsteigerung von 9,6% und tesa mit einer Steigerung von 8,2% bei. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 8,1% auf 4.167 Mio. € (Vorjahr: 3.855 Mio. €).

Gewinn- und Verlustrechnung			
(in Mio. €)	01.01.–30.09. 2006	01.01.–30.09. 2007	Entw. in %
Umsatzerlöse	3.855	4.167	8,1
Kosten der umgesetzten Leistungen	-1.299	-1.362	4,9
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.556	2.805	9,8
Marketing- und Vertriebskosten	-1.789	-1.963	9,7
Forschungs- und Entwicklungskosten	-82	-91	11,2
Allgemeine Verwaltungskosten	-181	-185	2,2
Sonstiges betriebliches Ergebnis	-42	-35	-15,7
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	462	531	14,8
Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	-97	-64	-34,6
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	365	467	27,9
Ertrag aus dem Verkauf BSN medical	371	-	-
Übriges Finanzergebnis	1	21	-
Ergebnis vor Steuern	737	488	-33,8
Steuern von Einkommen und Ertrag	-145	-150	3,3
Ergebnis nach Steuern	592	338	-42,9
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	2,59	1,49	-42,5

Das betriebliche Ergebnis ohne Sondereffekte wurde von 462 Mio. € auf 531 Mio. € gesteigert. Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich von 12,0% auf 12,7%. Die Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain in Europa betrugen 64 Mio. € (Vorjahr: 97 Mio. €).

Das übrige Finanzergebnis stieg auf Grund von höheren Zinserträgen um 20 Mio. € auf 21 Mio. € (Vorjahr: 1 Mio. €).

Die Steuern enthalten einen positiven Effekt in Höhe von 19 Mio. € durch die Neuberechnung der latenten Steuern als Folge der Unternehmensteuerreform in Deutschland ab 2008. Das Ergebnis nach Steuern lag bei 338 Mio. € (Vorjahr: 592 Mio. €). Ohne Sondereffekte erreichte das Ergebnis nach Steuern 380 Mio. € (Vorjahr: 297 Mio. €), die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern betrug 9,1% (Vorjahr: 7,7%).

Das Ergebnis je Aktie lag bei 1,49 € (Vorjahr: 2,59 €). Ohne Sondereffekte stieg das Ergebnis je Aktie auf 1,68 € (Vorjahr: 1,29 €).



Ertragslage Unternehmensbereiche

Consumer

Unternehmensbereich Consumer 9,6% über Vorjahr
EBIT-Umsatzrendite Consumer (ohne Sondereffekte)
steigt auf 13,0%

Consumer (Jan. – Sept.) (in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2007	2.520	503	508	3.531
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	4,7%	14,9%	33,7%	9,6%
Entwicklung (nominal)	4,8%	9,1%	28,7%	8,3%
EBIT 2007*	414	13	34	461
EBIT-Umsatzrendite 2007*	16,4%	2,6%	6,6%	13,0%
EBIT 2006*	372	10	23	405
EBIT-Umsatzrendite 2006*	15,5%	2,2%	5,8%	12,4%

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

In den ersten neun Monaten konnte der Umsatz deutlich um 9,6% (bereinigt um Wechselkursveränderungen) gesteigert werden. Zu aktuellen Kursen erreichte der Unternehmensbereich Consumer eine Umsatzsteigerung von 8,3% auf 3.531 Mio. € (Vorjahr: 3.260 Mio. €). In den Regionen Osteuropa, Lateinamerika und Afrika/Asien/Australien konnten wir erneut zweistellige Wachstumsraten erzielen.

Der NIVEA-Umsatz erhöhte sich weltweit um 11,7%. Die positive Entwicklung war besonders geprägt durch starke Umsatzsteigerungen bei NIVEA body, NIVEA deodorant, NIVEA VISAGE und NIVEA FOR MEN. NIVEA SUN hingegen konnte wetterbedingt nur schwache Wachstumsraten verzeichnen. Der Relaunch von NIVEA Hair Care verlief weiterhin sehr erfolgreich. Der Umsatz mit den Marken Eucerin und la prairie wuchs erneut überproportional.

Das Consumer EBIT (ohne Sondereffekte) konnte gegenüber dem EBIT der Vorjahresperiode (405 Mio. €) überproportional auf 461 Mio. € gesteigert werden. Die entsprechende Umsatzrendite stieg auf 13,0% (Vorjahr: 12,4%).

Consumer Umsatzentwicklung Europa (Jan. – Sept.) (in Mio. €)				
	Deutschland	Westeuropa (ohne Deutschland)	Osteuropa	Gesamt
Umsatz 2007	723	1.387	410	2.520
Entwicklung (wechsellkursbereinigt)	-5,0%	4,3%	30,1%	4,7%
Entwicklung (nominal)	-5,0%	4,0%	32,2%	4,8%

In der Region **Europa** lag der Consumer Umsatz um 4,7% (bereinigt um Wechselkursveränderungen) über dem Vorjahreswert. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 4,8% auf 2.520 Mio. € (Vorjahr: 2.404 Mio. €).

Im Laufe des dritten Quartals 2006 wurden insbesondere Exportumsätze der Beiersdorf AG (Deutschland) 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, der Gesamtumsatz in Deutschland verringerte sich um 5,0%.

Mit Kunden innerhalb **Deutschlands** lag der Umsatz um 1,0% über dem Vorjahr. Wesentliche Beiträge hierzu leisteten unsere Marken NIVEA body, NIVEA deodorant und NIVEA Bath Care. NIVEA Good-bye Cellulite hat sich nach der Neueinführung sehr gut etabliert. Unsere Marke Eucerin im Apothekengeschäft wuchs erneut überproportional.

Das Umsatzwachstum in **Westeuropa** betrug 4,3% (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Insbesondere die La Prairie Gruppe (+13,6%), Griechenland (+15,1%) und Spanien (+8,9%) leisteten positive Beiträge. Sehr gut entwickelten sich NIVEA deodorant, NIVEA Hair Care und NIVEA VISAGE, weiterhin unterstützt durch den Erfolg der Gesichtspflegelinie NIVEA VISAGE DNAge. Das Umsatzwachstum unserer Marken la prairie und Eucerin lag von neuem im zweistelligen Bereich.

In **Osteuropa** erreichten die Umsätze mit einem Plus von 30,1% wieder eine sehr gute Wachstumsrate. Die Umsätze in Russland, Polen und allen anderen großen osteuropäischen Märkten wuchsen erneut zweistellig.

In Russland waren insbesondere NIVEA FOR MEN, NIVEA deodorant und NIVEA Hair Care Wachstumstreiber. In Polen trugen die Umsätze mit NIVEA deodorant, NIVEA VISAGE und NIVEA body wesentlich zum Wachstum bei. Die Verlagerung der Exportumsätze von der Beiersdorf AG (Deutschland) zur Tochtergesellschaft in Russland erhöhte die Wachstumsrate dieser Region um ca. fünf Prozentpunkte.

Das Consumer EBIT in Europa (ohne Sondereffekte) entwickelte sich überproportional auf 414 Mio. € (Vorjahr: 372 Mio. €). Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite stieg auf 16,4% (Vorjahr: 15,5%).

Consumer Umsatzentwicklung Amerika (Jan. – Sept.) (in Mio. €)			
	Nordamerika	Lateinamerika	Gesamt
Umsatz 2007	240	263	503
Entwicklung (wechsellkursbereinigt)	7,2%	23,3%	14,9%
Entwicklung (nominal)	-0,4%	19,5%	9,1%

In der Region **Amerika** stieg der Umsatz um 14,9% (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 503 Mio. € um 9,1% über dem Vorjahreswert (461 Mio. €).

Der Umsatz in **Nordamerika** (bereinigt um Wechselkursveränderungen) lag um 7,2% über dem Umsatz des Vorjahreszeitraums. Der Erfolg des Relaunchs von NIVEA body trug weiterhin wesentlich zum Wachstum bei. Auch unsere Marke Eucerin entwickelte sich sehr positiv.

In **Lateinamerika** erreichten wir mit einem Umsatzwachstum von 23,3% (bereinigt um Wechselkursveränderungen) erneut eine sehr gute zweistellige Entwicklungsrate. Dazu trugen alle großen Märkte bei. Neben den wichtigen Märkten Mexiko (+19,3%) und Brasilien (+19,2%) verzeichneten besonders Venezuela (+49,5%) und Argentinien (+46,9%) starke Wachstumsraten. Sehr gut entwickelten sich in dieser Region insbesondere NIVEA deodorant, NIVEA Bath Care und NIVEA VISAGE.

Das Consumer EBIT in Amerika stieg auf 13 Mio. € (Vorjahr: 10 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite betrug 2,6% (Vorjahr: 2,2%).

Consumer Umsatzentwicklung Afrika/Asien/Australien (Jan. – Sept.) (in Mio. €)	
	Afrika/Asien/ Australien
Umsatz 2007	508
Entwicklung (wechsellkursbereinigt)	33,7%
Entwicklung (nominal)	28,7%

Die Region **Afrika/Asien/Australien** erreichte mit 33,7% (bereinigt um Wechselkursveränderungen) eine sehr gute Wachstumsrate. Der Umsatz zu aktuellen Wechselkursen erreichte 508 Mio. € und lag damit um 28,7% über dem Vorjahr (395 Mio. €).

Starke Wachstumsraten verzeichneten insbesondere unsere Gesellschaften in Südafrika (+56,2%), China (+39,0%) und Thailand (+21,1%). In Südafrika trugen NIVEA deodorant und NIVEA body wesentlich zum Wachstum bei. In China wurde das Wachstum vor allem von den Entwicklungen bei NIVEA VISAGE und NIVEA FOR MEN getragen. Thailand erreichte in nahezu allen Produktkategorien zweistelligen Umsatzzuwachs. In Japan stieg der Umsatz wechsellkursbereinigt um 4,0%, gestützt durch die herausragende Stellung unserer Marke 8x4 im japanischen Deomarkt, aber auch durch Umsatzsteigerungen bei NIVEA SUN und NIVEA FOR MEN mit hohen zweistelligen Zuwachsraten.



Die Verlagerung von Exportumsätzen aus der Beiersdorf AG (Deutschland) auf unsere 2006 gegründete Gesellschaft in Dubai trug mit etwa 15 Prozentpunkten zum Wachstum in dieser Region bei.

Das Consumer EBIT dieser Region erhöhte sich auf 34 Mio. € (Vorjahr: 23 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 6,6% (Vorjahr: 5,8%).

tesa

Unternehmensbereich tesa wächst um 8,2%

EBIT-Umsatzrendite tesa steigt auf 11,0%

tesa (Jan. – Sept.) (in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2007	474	69	93	636
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	7,6%	5,2%	13,8%	8,2%
Entwicklung (nominal)	7,8%	-0,4%	8,9%	7,0%
EBIT 2007	50	6	14	70
EBIT-Umsatzrendite 2007	10,5%	9,5%	14,8%	11,0%
EBIT 2006	42	6	9	57
EBIT-Umsatzrendite 2006	9,5%	8,8%	11,1%	9,7%

Der tesa-Umsatz lag um 8,2% (bereinigt um Wechselkursveränderungen) über dem Vorjahresumsatz. Zu aktuellen Kursen erreichte tesa einen Umsatz von 636 Mio. € und wuchs damit um 7,0% im Vergleich zum Vorjahr.

Die positive Entwicklung des ersten Halbjahres 2007 setzte sich sowohl im Industrie- als auch im Endverbrauchergeschäft im dritten Quartal fort.

Die größten Zuwachsraten im Industriebereich wurden dabei im Direktgeschäft mit Kunden aus der Elektro- und Elektronikindustrie und mit Lösungen für die Automobilindustrie erreicht. Auch das Geschäft mit dem industriellen Handel setzte die positive Entwicklung des ersten Halbjahres fort.

Das Geschäft mit den Endverbrauchern verzeichnete wiederum sehr gute Wachstumsraten, wozu vor allem die positive Entwicklung im Bau- und Heimwerkersegment einen großen Beitrag leistete.

Auch im dritten Quartal wurde das Wachstum im Unternehmensbereich tesa von allen Regionen getragen. Zweistelligen Umsatzzuwachs (bereinigt um Wechselkursveränderungen) zeigten wiederum die Regionen Osteuropa (+20,1%) und Afrika/Asien/Australien (+13,8%).

Das EBIT wurde auf 70 Mio. € (Vorjahr: 57 Mio. €) gesteigert, die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 11,0% (Vorjahr: 9,7%).

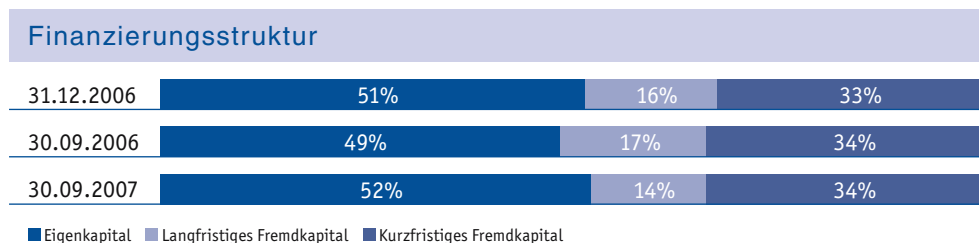


Vermögenslage Konzern

Bilanz			
Aktiva (in Mio. €)	31.12.2006	30.09.2006	30.09.2007
Langfristige Vermögenswerte	814	870	750
Vorräte	548	593	590
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	904	914	1.071
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.230	1.115	1.369
	3.496	3.492	3.780
Passiva (in Mio. €)	31.12.2006	30.09.2006	30.09.2007
Eigenkapital	1.790	1.720	1.972
Langfristiges Fremdkapital	547	575	520
Kurzfristiges Fremdkapital	1.159	1.197	1.288
	3.496	3.492	3.780

Die langfristigen Vermögenswerte zum 30. September lagen mit 750 Mio. € deutlich unter den Vergleichswerten des Vorjahres und auch unter den Werten zum Jahresende 2006. Im Zusammenhang mit der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain wurden Produktionsstätten und Logistikkäfer verkauft oder auf den beizulegenden Wert abgewertet. Die Investitionen ohne Finanzanlagen lagen im Jahr 2007 bei 72 Mio. € (Vorjahr: 69 Mio. €). Davon entfielen auf den Geschäftsbereich Consumer 57 Mio. € (Vorjahr: 54 Mio. €) und auf tesa 15 Mio. € (Vorjahr: 15 Mio. €). Die Abschreibungen und Wertberichtigungen beliefen sich auf 88 Mio. € (Vorjahr: 143 Mio. €). Der hohe Vorjahreswert war insbesondere bedingt durch hohe Abschreibungen im Zusammenhang mit der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain. Die Vorräte lagen trotz der Geschäftsausweitung mit 590 Mio. € auf Niveau des Vorjahreswerts (593 Mio. €). Die gute Umsatzentwicklung führte zu gestiegenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und damit auch zu einer deutlichen Erhöhung der sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte auf 1.071 Mio. €.

Das langfristige Fremdkapital reduzierte sich auf 520 Mio. €, unter anderem bedingt durch die Neubewertung der latenten Steuerverbindlichkeiten als Folge der Unternehmensteuerreform in Deutschland ab 2008. Die operativ bedingte Erhöhung der sonstigen Rückstellungen führte zu einem Anstieg des kurzfristigen Fremdkapitals auf 1.288 Mio. €.



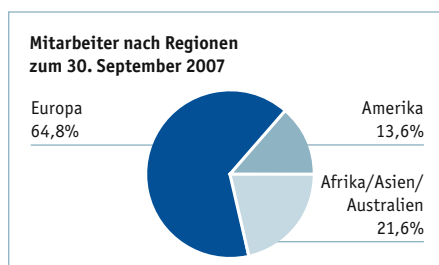
Finanzlage Konzern

Kapitalflussrechnung (in Mio. €)	01.01.–30.09. 2006	01.01.–30.09. 2007
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	483	1.230
Brutto-Cashflow	319	361
Mittelveränderung Nettoumlaufvermögen	97	-44
Mittelveränderung aus operativer Geschäftstätigkeit	416	317
Mittelveränderung aus investiver Tätigkeit	397	-1
Free-Cashflow	813	316
Mittelveränderung aus Finanzierungstätigkeit	-173	-170
Wechselkurs- und sonstige Veränderungen	-8	-7
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	632	139
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.09.	1.115	1.369

Der Brutto-Cashflow betrug 361 Mio. €. Der Mittelabfluss aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens lag bei 44 Mio. €. Insgesamt lag der Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit bei 317 Mio. €. Der Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit betrug 1 Mio. €. Den Ausgaben für Investitionen in Höhe von 74 Mio. € standen Zinseinnahmen und sonstige Zuflüsse in Höhe von 73 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 316 Mio. €. Bedingt durch die Auszahlung der Dividende in Höhe von 136 Mio. € sowie Zins- und sonstiger Finanzausgaben in Höhe von 34 Mio. € lag der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit bei 170 Mio. €. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erreichten 1.369 Mio. €.

Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter stieg gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2006 um 113 und liegt bei 17.285. Zum 30. September waren 13.471 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.814 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.



Sonstige Angaben

Übernahme der Mehrheit an C-BONS Hair Care

Die Beiersdorf AG hat am 2. Oktober 2007 über ihre hundertprozentige österreichische Tochtergesellschaft Beiersdorf CEE Holding GmbH einen Vertrag zur Übernahme von 85% der Anteile an C-BONS Hair Care, einem führenden Unternehmen im chinesischen Haarpflegemarkt, abgeschlossen. Der Kaufpreis basiert auf einem Unternehmenswert (ohne Finanzverbindlichkeiten und Zahlungsmittel) von 317 Mio. € für 100% von C-BONS Hair Care und beträgt somit für den 85%-Anteil rund 270 Mio. €. Der Vollzug der Transaktion steht unter dem Vorbehalt der marktüblichen Bedingungen und wird noch in diesem Jahr erwartet. Beiersdorf ergänzt mit dem Kauf das bestehende Chinageschäft um ein umfangreiches Angebot an Haarpflegeprodukten von in China starken und bekannten Marken wie „SLEK“ und „Maestro“ sowie um ein sehr gut ausgebautes Vertriebsnetzwerk.

Unternehmensteuerreform 2008 in Deutschland

Am 6. Juli 2007 wurde in Deutschland das Unternehmensteuerreformgesetz verabschiedet. Als Folge der Absenkung der Steuersätze ab 2008 wurden die von der Änderung betroffenen latenten Steuern im Konzern neu berechnet. Daraus ergibt sich ein positiver Effekt auf das Ergebnis nach Steuern, der erstmals im Abschluss zum 30. September 2007 in Höhe von 19 Mio. € berücksichtigt wurde.

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 bis zum 30. September 2007 nicht.



Ausblick 2007

Wirtschaftliche Rahmenfaktoren

Für das Geschäftsjahr 2007 erwarten wir einen stabilen gesamtwirtschaftlichen Verlauf. Für unsere Einschätzung der zukünftigen Entwicklung gehen wir im Wesentlichen 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 für den übrigen Verlauf des Jahres eine eher steigende Tendenz bei den Rohstoffpreisen.

Geschäftsentwicklung

Wir erwarten für den Konzern für das Gesamtjahr eine Umsatzentwicklung, die mit etwa 8% deutlich über den Marktentwicklungen liegt.

Die EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) soll sich auf über 12% (Vorjahr: 11,7%) erhöhen. Das EBIT wird in diesem Jahr noch in Höhe von 70 Mio. € (Vorjahr: 120 Mio. €) durch Aufwendungen im Zusammenhang mit der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain belastet.

Der Jahresüberschuss (ohne Sondereffekte) soll überproportional gesteigert werden, die Umsatzrendite nach Steuern soll sich dadurch weiter auf über 8% (Vorjahr 7,6%) verbessern. Als Folge der im Juli 2007 beschlossenen Unternehmensteuerreform 2008 in Deutschland wurden die latenten Steuern neu berechnet. Dies wird das Ergebnis nach Steuern in Höhe von etwa 20 Mio. € positiv beeinflussen.

Auf Basis des nachhaltigen Wachstums in den vergangenen neun Monaten erhöhen wir unsere Wachstumsprognose bezogen auf das Gesamtjahr und erwarten für den Unternehmensbereich **Consumer** ein Umsatzwachstum (bereinigt um Wechselkursveränderungen) von etwas über 8%. Besonders starkes Wachstum sehen wir weiterhin vor allem in China, Russland, Brasilien und Indien.

Die EBIT-Umsatzrendite des Unternehmensbereichs Consumer (ohne Sondereffekte) soll bei etwa 12,5% liegen und damit die Vorjahresrendite (12,1%) übertreffen.

Auch der Unternehmensbereich **tesa** soll im Umsatz mit einer Steigerung von etwa 7% schneller wachsen als der Markt. Die EBIT-Umsatzrendite soll bei etwa 10% und damit über der Vorjahresrendite (9,2%) liegen.

Zwischenabschluss Konzern

Gewinn- und Verlustrechnung				
(in Mio. €)	01.07.–30.09. 2006	01.07.–30.09. 2007	01.01.–30.09. 2006	01.01.–30.09. 2007
Umsatzerlöse	1.246	1.317	3.855	4.167
Kosten der umgesetzten Leistungen	–435	–442	–1.299	–1.362
Bruttoergebnis vom Umsatz	811	875	2.556	2.805
Marketing- und Vertriebskosten	–572	–621	–1.789	–1.963
Forschungs- und Entwicklungskosten	–28	–30	–82	–91
Allgemeine Verwaltungskosten	–63	–59	–181	–185
Sonstiges betriebliches Ergebnis	–7	–7	–42	–35
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	141	158	462	531
Aufwendungen für die Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	–39	–6	–97	–64
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	102	152	365	467
Ertrag aus dem Verkauf BSN medical	–	–	371	–
Übriges Finanzergebnis	3	7	1	21
Ergebnis vor Steuern	105	159	737	488
Steuern von Einkommen und Ertrag	–31	–27	–145	–150
Ergebnis nach Steuern	74	132	592	338
Ergebnis der Anteilseigner	72	130	588	334
Ergebnis anderer Gesellschafter	2	2	4	4
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,32	0,59	2,59	1,49

Bilanz			
Aktiva (in Mio. €)	31.12.2006	30.09.2006	30.09.2007
Immaterielle Vermögenswerte	30	28	26
Sachanlagen	740	796	675
Sonstige langfristige Vermögenswerte	12	16	10
Latente Steueransprüche	32	30	39
Langfristige Vermögenswerte	814	870	750
Vorräte	548	593	590
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	727	765	829
Ertragsteuerforderungen	25	21	20
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	116	128	177
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.230	1.115	1.369
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen	36	–	45
Kurzfristige Vermögenswerte	2.682	2.622	3.030
	3.496	3.492	3.780
Passiva (in Mio. €)	31.12.2006	30.09.2006	30.09.2007
Anteile der Anteilseigner der Beiersdorf AG	1.781	1.712	1.964
Anteile anderer Gesellschafter	9	8	8
Eigenkapital	1.790	1.720	1.972
Langfristige Rückstellungen	419	413	412
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	8	23	7
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	8	6	10
Latente Steuerverbindlichkeiten	112	133	91
Langfristiges Fremdkapital	547	575	520
Kurzfristige Rückstellungen	469	595	614
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	485	383	467
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	62	62	59
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	120	157	148
Zur Veräußerung bestimmtes Fremdkapital	23	–	–
Kurzfristiges Fremdkapital	1.159	1.197	1.288
	3.496	3.492	3.780

Kapitalflussrechnung		
(in Mio. €)	01.01.–30.09. 2006	01.01.–30.09. 2007
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	483	1.230
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	365	467
Gezahlte Ertragsteuern	–167	–174
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen	143	88
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)	–22	–9
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen	–	–11
Brutto-Cashflow	319	361
Veränderung der Vorräte	–57	–42
Veränderung der Forderungen und sonstiger Vermögenswerte	–57	–134
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristiger Rückstellungen	211	132
Mittelveränderung aus operativer Geschäftstätigkeit	416	317
Ausgaben für Investitionen	–74	–74
Einnahmen aus Desinvestitionen	11	23
Einnahmen aus dem Verkauf BSN medical	433	0
Zins-, Dividenden- und sonstige Finanzeinnahmen	27	50
Mittelveränderung aus investiver Tätigkeit	397	–1
Free-Cashflow	813	316
Veränderung der Finanzverbindlichkeiten	–18	–3
Zins- und sonstige Finanzausgaben	–26	–31
Gezahlte Dividende Beiersdorf AG	–129	–136
Mittelveränderung aus Finanzierungstätigkeit	–173	–170
Wechselkurs- und sonstige Veränderungen	–8	–7
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	632	139
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.09.	1.115	1.369

Eigenkapitalentwicklung							
Januar – September 2007							
(in Mio. €)	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen	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	–	–	–	–	4	–	4
Wechselkursveränderungen	–	–	–	–19	–	–	–19
Übrige Veränderungen	–	–	–7	–7	14	–5	–5
<i>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</i>	–	–	–7	–26	18	–5	–20
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	–	–	–136	–	–	–	–136
Ergebnis nach Steuern	–	–	334	–	–	4	338
30.09.2007	252	47	1.778	–119	6	8	1.972
Januar – September 2006							
01.01.2006	215	47	1.096	–62	–16	13	1.293
Nettoergebnis aus Cashflow Hedges	–	–	–	–	5	–	5
Wechselkursveränderungen	–	–	–	–26	–	–	–26
Übrige Veränderungen	37	–	–37	–	–7	–4	–11
<i>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</i>	37	–	–37	–26	–2	–4	–32
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	–	–	–129	–	–	–	–129
Ergebnis nach Steuern	–	–	588	–	–	–	588
30.09.2006	252	47	1.518	–88	–18	9	1.720

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. September 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			
01.01.–30.09.2006 (in Mio. €)	Gemäß GuV	Sondereffekte	bereinigt
EBIT	365	97	462
Finanzergebnis	372	–371	1
Steuern	–145	–21	–166
Ergebnis	592	–295	297

01.01.–30.09.2007 (in Mio. €)	Gemäß GuV	Sondereffekte	bereinigt
EBIT	467	64	531
Finanzergebnis	21	–	21
Steuern	–150	–22	–172
Ergebnis	338	42	380

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 bis zum 30. September 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

Neben der im Zwischenlagebericht erwähnten Übernahme der Mehrheit an C-BONS Hair Care liegen keine weiteren Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Bilanzstichtag vor, die eine wesentliche Auswirkung auf den Geschäftsverlauf des Beiersdorf Konzerns haben werden.

Hamburg, im November 2007

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Weitere Informationen

Finanzkalender

Januar 2008	Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten
28. Februar 2008	Veröffentlichung Geschäftsbericht 2007, Bilanzpressekonferenz, Finanzanalystenkonferenz
30. April 2008	Hauptversammlung
6. Mai 2008	Zwischenbericht Januar bis März 2008
5. August 2008	Zwischenbericht Januar bis Juni 2008
4. 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 Medienarbeit: 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

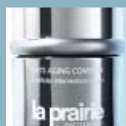


Der Zwischenbericht liegt auch in englischer Sprache vor und ist im Internet als Onlineversion unter www.Beiersdorf.de/Zwischenbericht verfügbar.

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