

BDF ●●●●

Beiersdorf

Zwischenbericht
Januar – September 2008



NIVEA VISAGE Expert Lift: Innovative Produkte für Frauen ab 50.

Inhalt

- 03 Geschäftsentwicklung im Überblick
- 04 Segmente im Überblick
- 05 Top-Themen
- 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 2008

Zwischenabschluss Konzern

- 16 Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz
- 17 Kapitalflussrechnung
- 18 Eigenkapitalentwicklung, Aufstellung aller erfassten Erträge und Aufwendungen
- 19 Ausgewählte Anhangangaben

Zum Titel:

Die Mehrheit der heutigen Frauen zwischen 50 und 60 ist aktiv und fühlt sich deutlich jünger als sie sind. Kein Wunder also, dass sie nicht älter aussehen wollen und gern auf innovative, wirkungsvolle Anti-Aging-Produkte zurückgreifen. Mit der neuen Gesichtspflegeserie „Expert Lift“ entspricht NIVEA VISAGE dem Bedürfnis der Haut von Frauen über 50 - und ergänzt damit die umfangreiche Produktrange im Anti-Age-Segment. Die intensiv pflegende Formel strafft bei regelmäßiger Anwendung die Gesichtskonturen von innen heraus und verhilft der Haut zu einem zusehends strafferen und glatteren Aussehen. Das Rundumpflagesystem besteht aus einer Tages-, Nacht- und Augenpflege sowie einem Beauty Tonic.

Geschäftsentwicklung im Überblick

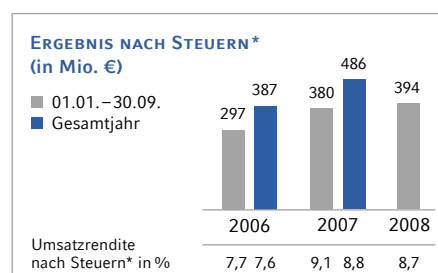
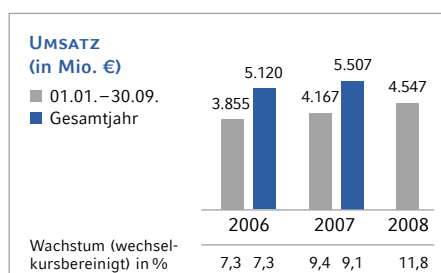
Weiterhin dynamisches Umsatzwachstum

- ☐ Umsatzwachstum 11,8 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen)
- ☐ EBIT-Umsatzrendite* bei 12,1 %
- ☐ Ergebnis nach Steuern* bei 394 Mio. €

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2008

- ☐ Umsatzsteigerung (organisch) von über 8 %
- ☐ EBIT-Umsatzrendite* (ohne Akquisitionen) über Vorjahr

BEIERSDORF AUF EINEN BLICK		
in Mio. € (sofern nicht anders angegeben)	01.01.–30.09.2007	01.01.–30.09.2008
Umsatz	4.167	4.547
Veränderung zum Vorjahr in % (wechselkursbereinigt)	9,4	11,8
Veränderung zum Vorjahr in % (organisch)	9,4	8,5
Veränderung zum Vorjahr in % (nominal)	8,1	9,1
Consumer	3.531	3.892
tesa	636	655
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	467	561
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)*	531	548
Ergebnis nach Steuern	338	402
Ergebnis nach Steuern (ohne Sondereffekte)*	380	394
Umsatzrendite nach Steuern in %	8,1	8,8
Umsatzrendite nach Steuern in % (ohne Sondereffekte)*	9,1	8,7
Ergebnis je Aktie in €	1,49	1,76
Ergebnis je Aktie in € (ohne Sondereffekte)*	1,68	1,72
Brutto-Cashflow	361	431
Investitionen (inkl. Finanzanlagen)	74	111
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	91	109
Mitarbeiter (Anzahl am 30.09.)	17.285	21.732



* Ohne Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain (ausschließlich in Europa).

Segmente im Überblick

Geschäftsentwicklung nach Unternehmensbereichen

UMSATZ									
(in Mio. €)	01.07.–30.09.2007		01.07.–30.09.2008		01.01.–30.09.2007		01.01.–30.09.2008		Entwicklung in % wechselkurs- nominal bereinigt
		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %	
Consumer	1.105	83,9	1.243	85,4	3.531	84,7	3.892	85,6	10,2 13,0
tesa	212	16,1	213	14,6	636	15,3	655	14,4	3,0 4,8
Gesamt	1.317	100,0	1.456	100,0	4.167	100,0	4.547	100,0	9,1 11,8

EBITDA									
(in Mio. €)	01.07.–30.09.2007		01.07.–30.09.2008		01.01.–30.09.2007		01.01.–30.09.2008		Entwicklung in % nominal
		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	
Consumer	143	12,9	152	12,3	467	13,2	551	14,2	18,1
tesa	30	13,9	30	14,0	88	13,8	90	13,7	2,6
Gesamt	173	13,1	182	12,5	555	13,3	641	14,1	15,6

BETRIEBLICHES ERGEBNIS (EBIT)									
(in Mio. €)	01.07.–30.09.2007		01.07.–30.09.2008		01.01.–30.09.2007		01.01.–30.09.2008		Entwicklung in % nominal
		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	
Consumer	129	11,6	131	10,5	397	11,2	489	12,6	23,3
Consumer (ohne Sondereffekte)*	135	12,2	133	10,7	461	13,0	476	12,2	3,4
tesa	23	11,1	23	10,9	70	11,0	72	11,0	2,9
Gesamt	152	11,5	154	10,6	467	11,2	561	12,3	20,3
Gesamt (ohne Sondereffekte)*	158	12,0	156	10,7	531	12,7	548	12,1	3,3

BRUTTO-CASHFLOW									
(in Mio. €)	01.07.–30.09.2007		01.07.–30.09.2008		01.01.–30.09.2007		01.01.–30.09.2008		Entwicklung in % nominal
		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	
Consumer	84	7,6	116	9,4	293	8,3	363	9,3	23,8
tesa	26	12,4	23	10,9	68	10,7	68	10,4	0,5
Gesamt	110	8,4	139	9,6	361	8,7	431	9,5	19,4

Geschäftsentwicklung nach Regionen

UMSATZ									
(in Mio. €)	01.07.–30.09.2007		01.07.–30.09.2008		01.01.–30.09.2007		01.01.–30.09.2008		Entwicklung in % wechselkurs- nominal bereinigt
		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %	
Europa	910	69,1	976	67,0	2.994	71,8	3.171	69,7	5,9 6,4
Amerika	197	14,9	208	14,3	572	13,8	598	13,1	4,5 11,9
Afrika/Asien/Australien	210	16,0	272	18,7	601	14,4	778	17,2	29,3 38,5
Gesamt	1.317	100,0	1.456	100,0	4.167	100,0	4.547	100,0	9,1 11,8

BETRIEBLICHES ERGEBNIS (EBIT)									
(in Mio. €)	01.07.–30.09.2007		01.07.–30.09.2008		01.01.–30.09.2007		01.01.–30.09.2008		Entwicklung in % nominal
		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	
Europa	125	13,7	145	14,8	400	13,4	518	16,3	29,6
Europa (ohne Sondereffekte)*	131	14,4	147	15,1	464	15,5	505	15,9	8,9
Amerika	8	4,3	10	5,2	20	3,5	16	2,8	-16,7
Afrika/Asien/Australien	19	8,9	-1	-0,5	47	7,9	27	3,5	-42,8
Gesamt	152	11,5	154	10,6	467	11,2	561	12,3	20,3
Gesamt (ohne Sondereffekte)*	158	12,0	156	10,7	531	12,7	548	12,1	3,3

* Ohne Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain.

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

Top-Themen



Marken erleben: neue NIVEA Häuser in Dubai und Berlin

Nach dem großen Erfolg des NIVEA Hauses in Hamburg folgt die Eröffnung der NIVEA Häuser Nummer zwei und drei. Das Grundkonzept, nah am Verbraucher zu sein und ihm unkomplizierte entspannende Kurzzeit-Wellness zu ermöglichen, wird dabei auf die neuen Standorte Dubai (Eröffnung November 2008) und Berlin (Eröffnung Frühjahr 2009) übertragen – angepasst an die sich verändernden Wünsche und die örtlichen Bedürfnisse.

Wie das Haus am Stammsitz des Unternehmens haben auch die neuen NIVEA Häuser erstklassige Adressen: Das Haus in Dubai befindet sich im größten Einkaufszentrum der Welt, der „Dubai Mall“, während das NIVEA Haus in Berlin in der Nähe des Brandenburger Tors, am Boulevard „Unter den Linden“, errichtet wird.



NIVEA: Marktführer in Polen verzeichnet starkes Wachstum

Als eines der größten und erfolgreichsten Kosmetikunternehmen in Polen kann NIVEA Polska Sp. z o.o. auf ein überdurchschnittliches Wachstumstempo verweisen: Im Vergleich zum Vorjahr erhöhte sich der Drittumsatz des Unternehmens 2007 um 17,2 % auf 551 Mio. Zloty (ca. 146 Mio. €). Auch für die kommenden Jahre wird weiterhin ein starkes Wachstum erwartet. Gleich in sechs Produktkategorien führt NIVEA den Markt für Haut- und Schönheitspflege in Polen an. Dazu zählen neben der Gesichtspflege auch die Segmente Deo, Hand- und Körperpflege, Babypflege, Männerkosmetik sowie Lippenpflege. Die polnische Produktionsstätte Posen wurde im Jahr 2008 erweitert und gehört mittlerweile zu den wichtigsten Standorten von Beiersdorf: 90 % des dortigen Produktionsvolumens werden in 34 Länder auf sechs Kontinenten exportiert.



Ausgezeichnete Forschung und Entwicklung bei Beiersdorf

Die Forschung und Entwicklung von Beiersdorf wurde vom international anerkannten Fraunhofer-Institut IPT für ihr Technologiemanagement ausgezeichnet. Dieser Preis ging an insgesamt fünf von 170 untersuchten europäischen Unternehmen. Bei Beiersdorf, dem einzigen Preisträger aus dem Konsumgüterbereich, wurden neben der starken Orientierung am Verbraucher bei der Produktentwicklung auch die systematische Auswertung von Projekten, die Nutzung von IT-Plattformen zum Management von Wissen, Patenten und Projekten und die Unternehmenskultur hervorgehoben. Richtungsweisende Innovationen und ausgezeichnete Produktqualität bilden seit jeher die Grundlage für den Erfolg von Beiersdorf. Ein großer Teil der Forschungsarbeit erfolgt im Hamburger Hautforschungszentrum – dem größten und modernsten seiner Art in Deutschland und einem der bedeutendsten weltweit.



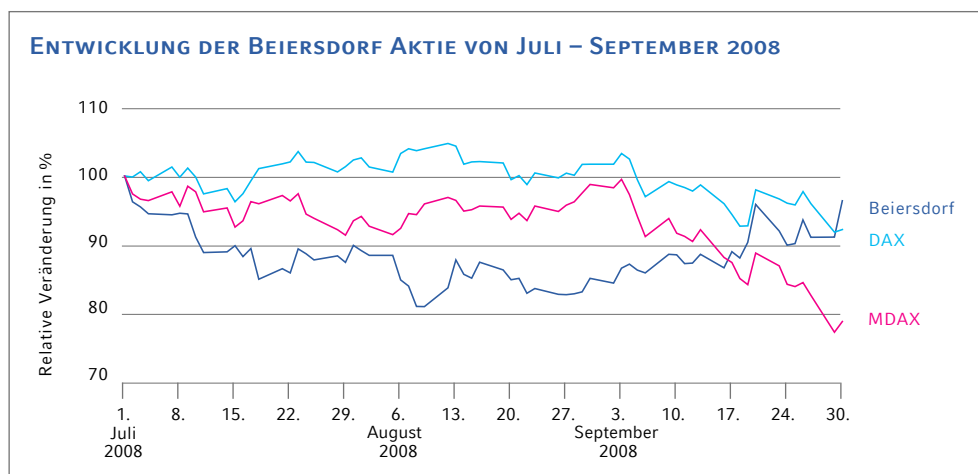
Weitere aktuelle Unternehmensinformationen finden Sie im Internet unter **www.Beiersdorf.de**.

Die Beiersdorf Aktie

Das dritte Quartal war weltweit von fortgesetzten Spannungen an den Finanzmärkten geprägt. Die vom US-Bankenmarkt auf Europa und Asien übergreifende Krise hinterließ auch an den Aktienmärkten deutliche Spuren und drückte über die Finanztitel erheblich auf die europäischen Leitindizes. In schneller Folge sorgten Nachrichten über mögliche Stützungsaktivitäten zur Stabilisierung des Bankensektors für Kursbewegungen von historischen Ausmaßen. Zusätzlich belasteten fortgesetzt hohe Rohstoffpreise und Anpassungen an den Immobilienmärkten die weltwirtschaftliche Aktivität. Anhaltend starker Inflationsdruck sorgte für ein hohes Maß an Unsicherheit, und die Indikatoren für den Kostendruck tendierten nach oben. Erleichterungen durch Senkungen der Zinssätze wurden von der Europäischen Zentralbank zwar erwogen, aber im dritten Quartal nicht durchgeführt. Die Kursverläufe auf den internationalen Aktienmärkten spiegelten die wechselnde Stimmungslage der Anleger unmittelbar wider. Auch der DAX zeigte daher in seinem Verlauf häufig wechselnde Tendenzen, wobei nach einer relativ stabilen Phase zur Quartalsmitte der Abwärtstrend klar dominierte. Der deutsche Leitindex schloss zum Quartalsende bei einem Punktestand von 5.831.

Die Konsumgüterhersteller des europäischen HPC-Index (Household and Personal Care) veröffentlichten im August ihre Quartalszahlen. Die Bewertungen im Sektor notierten auch danach auf sehr niedrigem Niveau, trotzdem blieben die Anleger vor dem Hintergrund der Finanzkrise zurückhaltend. Der HPC-Index zeigte eine ausgeprägte Volatilität und konnte sich zum Ende des dritten Quartals nicht eindeutig von anderen Indizes absetzen.

Im Verlauf des dritten Quartals konnte sich die Beiersdorf Aktie gut behaupten. Hierbei löste sich der Kursverlauf klar von den Indizes und gewann zum Ende des Quartals gegen den Markttrend deutlich an Boden. Die in einer Telefonkonferenz vorgestellten Geschäftsergebnisse des zweiten Quartals und Informationen zur Akquisition in China wurden vom Markt zunächst mit Vorbehalt aufgenommen. In zahlreichen Gesprächen mit dem Kapitalmarkt – unter anderem auf zwei Investorenkonferenzen in London sowie einer Roadshow in Edinburgh – informierte das Management über die Hintergründe der Akquisition und die aktuelle Markteinschätzung. Nach zeitweise unruhigem Verlauf in einem stark volatilen Umfeld schloss unsere Aktie bei 44,81 €.



Zwischenlagebericht Konzern

Ertragslage Konzern

- ☐ Umsatzwachstum von 11,8 %
- ☐ EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) bei 12,1 %
- ☐ Ergebnis nach Steuern (ohne Sondereffekte) bei 394 Mio. €

Bis zum Ende des dritten Quartals erreichte der Konzern ein Umsatzwachstum von 11,8 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu diesem guten Wachstum trugen der Unternehmensbereich Consumer mit einer Umsatzsteigerung von 13,0 % und tesa mit einer Steigerung von 4,8 % bei. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 9,1 % auf 4.547 Mio. € (Vorjahr: 4.167 Mio. €).

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG			
(in Mio. €)	01.01.–30.09. 2007	01.01.–30.09. 2008	Entwicklung in %
Umsatzerlöse	4.167	4.547	9,1
Kosten der umgesetzten Leistungen	–1.362	–1.484	8,9
Brutto-Ergebnis vom Umsatz	2.805	3.063	9,2
Marketing- und Vertriebskosten	–1.963	–2.169	10,5
Forschungs- und Entwicklungskosten	–91	–109	19,5
Allgemeine Verwaltungskosten	–185	–215	16,4
Sonstiges betriebliches Ergebnis	–35	–22	–37,8
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	531	548	3,3
Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	–64	13	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	467	561	20,3
Finanzergebnis	21	29	39,1
Ergebnis vor Steuern	488	590	21,1
Ertragsteuern	–150	–188	25,8
Ergebnis nach Steuern	338	402	19,0
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	1,49	1,76	17,8

Das betriebliche Ergebnis ohne Sondereffekte wurde von 531 Mio. € auf 548 Mio. € gesteigert. Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite lag bei 12,1 % (Vorjahr: 12,7 %). Ohne Berücksichtigung unserer Ende 2007 getätigten Akquisitionen lag die EBIT-Umsatzrendite bei 12,9 %.

Das Finanzergebnis stieg aufgrund von höheren Zinserträgen um 8 Mio. € auf 29 Mio. € (Vorjahr: 21 Mio. €).

Die Ertragsteuern des Vorjahreszeitraums beinhalteten einen einmaligen positiven Effekt in Höhe von 19 Mio. € durch die Neuberechnung der latenten Steuern in Folge der Unternehmensteuerreform 2008 in Deutschland.

Das Ergebnis nach Steuern erhöhte sich um 64 Mio. € auf 402 Mio. € (Vorjahr: 338 Mio. €). Ohne Sondereffekte erreichte das Ergebnis nach Steuern 394 Mio. € (Vorjahr: 380 Mio. €), die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern betrug 8,7 % (Vorjahr: 9,1 %). Das Ergebnis je Aktie lag bei 1,76 € (Vorjahr: 1,49 €). Ohne Sondereffekte stieg das Ergebnis je Aktie auf 1,72 € (Vorjahr: 1,68 €).

Ertragslage Unternehmensbereiche

Consumer

- ☐ Unternehmensbereich Consumer 13,0 % über Vorjahr
- ☐ EBIT-Umsatzrendite Consumer (ohne Sondereffekte) bei 12,2 %

CONSUMER (Jan. – Sept.) (in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2008	2.688	529	675	3.892
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	7,2 %	12,5 %	42,5 %	13,0 %
Entwicklung (organisch)*	5,8 %	12,5 %	22,7 %	9,2 %
Entwicklung (nominal)	6,7 %	5,2 %	32,7 %	10,2 %
EBIT 2008**	455	11	10	476
EBIT-Umsatzrendite 2008**	16,9 %	2,1 %	1,4 %	12,2 %
EBIT 2007**	414	13	34	461
EBIT-Umsatzrendite 2007**	16,4 %	2,6 %	6,6 %	13,0 %

* Ohne die Umsätze unserer Ende 2007 getätigten Akquisitionen (C-BONS Hair Care, 50 % Beiersdorf AG Schweiz).

** Ohne Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain (ausschließlich in Europa).

In den ersten neun Monaten konnte der Umsatz um 13,0 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) gesteigert werden. In den Regionen Osteuropa, Lateinamerika und Afrika/Asien/Australien erzielten wir wieder zweistellige Wachstumsraten. Ohne Berücksichtigung des Ende 2007 erworbenen chinesischen Haarpflegegeschäfts und der Aufstockung des Anteils an der Beiersdorf AG (Schweiz) auf 100 % lag das Umsatzwachstum bei 9,2 %. Zu aktuellen Kursen erreichte der Unternehmensbereich Consumer eine Umsatzsteigerung von 10,2 % auf 3.892 Mio. € (Vorjahr: 3.531 Mio. €).

Der NIVEA-Umsatz erhöhte sich weltweit um 10,9 %. Die positive Entwicklung war besonders geprägt durch starke Umsatzsteigerungen bei NIVEA DEODORANT, NIVEA Hair Care, NIVEA FOR MEN und NIVEA Bath Care. Im September wurde mit NIVEA VISAGE Expert Lift eine neue innovative Anti-Aging-Serie auf den Markt gebracht. Der Umsatz mit den Marken Eucerin und la prairie wuchs ebenfalls zweistellig. Eucerin hat die DermodENSIFYER-Serie, la prairie die Advanced Marine Biology Cream sehr erfolgreich eingeführt.

Das Consumer EBIT (ohne Sondereffekte) erhöhte sich auf 476 Mio. € (Vorjahr: 461 Mio. €). Die entsprechende Umsatzrendite lag bei 12,2 % (Vorjahr: 13,0 %). Die EBIT-Umsatzrendite ohne Einflüsse aus Akquisitionen lag mit 13,2 % leicht über Vorjahr.

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG EUROPA				
(Jan. – Sept.) (in Mio. €)	Deutschland	Westeuropa (ohne Deutschland)	Osteuropa	Gesamt
Umsatz 2008	738	1.453	497	2.688
Entwicklung (wechsellkursbereinigt)	2,0 %	6,3 %	19,7 %	7,2 %
Entwicklung (nominal)	2,0 %	4,8 %	21,3 %	6,7 %

In der Region **Europa** lag der Consumer Umsatz um 7,2 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) über dem Vorjahreswert. Zu aktuellen Wechselkursen stieg der Umsatz um 6,7 % auf 2.688 Mio. € (Vorjahr: 2.520 Mio. €).

Der Umsatz in **Deutschland** lag um 2,0 % über dem Vorjahr. Wesentlichen Anteil am Wachstum hatten unsere Marken NIVEA DEODORANT, NIVEA Hair Care und NIVEA BEAUTÉ sowie Florena. Die Umsätze von Eucerin und NIVEA body hingegen blieben unter den Vorjahreswerten.

Das Umsatzwachstum in **Westeuropa** betrug 6,3 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Insbesondere Griechenland (+9,7 %) und die Frankreich/Benelux-Gruppe (+5,2 %) zeigten erfreuliche Umsatzsteigerungen. Sehr gut entwickelten sich NIVEA Hair Care, NIVEA Bath Care und NIVEA DEODORANT sowie unsere Marke Eucerin. Ohne den neu hinzu erworbenen Umsatzanteil in der Schweiz lag das Wachstum in Westeuropa bei 3,8 %.

In **Osteuropa** erreichten die Umsätze mit einem Plus von 19,7 % wieder ein starkes Wachstum. In Russland, Polen und allen anderen großen osteuropäischen Märkten konnten wir erneut zweistellige Wachstumsraten verzeichnen.

In Russland leisteten insbesondere NIVEA VISAGE, NIVEA DEODORANT, NIVEA Hair Care und NIVEA FOR MEN positive Umsatzbeiträge. In Polen waren die Umsatzsteigerungen bei NIVEA Hair Care, NIVEA Baby und NIVEA VISAGE besonders stark.

Das Consumer EBIT in Europa (ohne Sondereffekte) stieg auf 455 Mio. € (Vorjahr: 414 Mio. €). Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 16,9 % (Vorjahr: 16,4 %).

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG AMERIKA			
(Jan. – Sept.) (in Mio. €)	Nordamerika	Lateinamerika	Gesamt
Umsatz 2008	221	308	529
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	2,9 %	21,1 %	12,5 %
Entwicklung (nominal)	-8,1 %	17,3 %	5,2 %

In der Region **Amerika** stieg der Umsatz um 12,5 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen). Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 529 Mio. € um 5,2 % über dem Vorjahreswert (503 Mio. €).

Der Umsatz in **Nordamerika** (bereinigt um Wechselkursveränderungen) lag um 2,9 % über dem Vorjahresumsatz. Die positive Entwicklung der Fokuskategorien NIVEA body, NIVEA FOR MEN und Eucerin setzte sich fort. Damit konnte der Umsatzrückgang, der auch unter anderem auf den 2007 erfolgten Verkauf des Pflastergeschäfts zurückzuführen ist, ausgeglichen werden.

Das Umsatzwachstum in **Lateinamerika** erreichte mit einer Steigerung von 21,1 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) wieder eine sehr gute zweistellige Entwicklungsrates. Das dynamische Wachstum wurde erneut von allen großen Märkten getragen. Neben Mexiko (+18,0 %) und Brasilien (+17,9 %) zeigten vor allem Venezuela (+39,6 %) und Argentinien (+38,1 %) starke Wachstumsraten. Positive Umsatzbeiträge leisteten in dieser Region insbesondere NIVEA DEODORANT, NIVEA body und NIVEA SUN.

Das Consumer EBIT wurde durch die hohen Marketing-Investitionen in den USA beeinflusst und lag bei 11 Mio. € (Vorjahr: 13 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite betrug 2,1 % (Vorjahr: 2,6 %).

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG AFRIKA/ASIEN/AUSTRALIEN	
(Jan. – Sept.) (in Mio. €)	Afrika/Asien/Australien
Umsatz 2008	675
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	42,5 %
Entwicklung (nominal)	32,7 %

Die Region **Afrika/Asien/Australien** erreichte mit 42,5 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) eine sehr gute Wachstumsrate. Der Umsatz zu aktuellen Wechselkursen erreichte 675 Mio. € und lag damit um 32,7 % über dem Vorjahr (508 Mio. €). Ohne die Berücksichtigung des Umsatzes der Ende 2007 erworbenen chinesischen Haarpflege- und Stylingmarken lag die Umsatzsteigerung in dieser Region bei 22,7 %.

Unsere NIVEA-Gesellschaft in China steigerte ihren Umsatz um 43,7 %. Ebenfalls starke Wachstumsraten verzeichneten daneben insbesondere unsere Gesellschaften in Südafrika (+44,4 %), im Mittleren Osten (+30,1 %) und in Thailand (+21,0 %).

In China wurde die positive Entwicklung vor allem von Wachstumssteigerungen bei NIVEA body, NIVEA FOR MEN und NIVEA VISAGE getragen. In Südafrika trugen erneut NIVEA DEODORANT und NIVEA body maßgeblich zum Wachstum bei. Thailand zeigte besonders starke Umsätze bei NIVEA FOR MEN, NIVEA DEODORANT und Eucerin. In Japan blieb der Umsatz leicht unter Vorjahresniveau, gute Steigerungen bei NIVEA FOR MEN und NIVEA SUN konnten einen Umsatzrückgang von NIVEA body nicht ganz ausgleichen.

Die EBIT-Entwicklung in dieser Region ist durch die erweiterten Marketinginvestitionen in das chinesische Haarpflegegeschäft beeinflusst. Das Consumer EBIT dieser Region betrug 10 Mio. € (Vorjahr: 34 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 1,4 % (Vorjahr: 6,6 %). Ohne Berücksichtigung des chinesischen Haarpflegegeschäfts lag die EBIT-Umsatzrendite bei 6,9 %.

tesa

□ Unternehmensbereich tesa wächst um 4,8 %

□ EBIT-Umsatzrendite tesa bei 11,0 %

tesa (Jan. – Sept.) (in Mio. €)	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2008	483	69	103	655
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	1,9 %	8,2 %	17,0 %	4,8 %
Entwicklung (organisch)	1,9 %	8,2 %	17,0 %	4,8 %
Entwicklung (nominal)	2,0 %	-0,2 %	10,6 %	2,9 %
EBIT 2008	50	5	17	72
EBIT-Umsatzrendite 2008	10,2 %	8,1 %	16,9 %	11,0 %
EBIT 2007	50	6	14	70
EBIT-Umsatzrendite 2007	10,5 %	9,5 %	14,8 %	11,0 %

Der tesa-Umsatz lag um 4,8 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) über dem Vorjahresumsatz. Zu aktuellen Kursen erreichte tesa einen Umsatz von 655 Mio. € und wuchs damit um 2,9 % im Vergleich zum Vorjahr.

Die bisherige positive Entwicklung konnte in einem sich abschwächenden gesamtwirtschaftlichen Umfeld aufrecht erhalten werden. Die größten Zuwachsraten wurden im Umsatz mit der Automobilindustrie sowie mit Kunden aus der Elektro- und Elektronikindustrie erzielt. Auch im Endverbrauchergeschäft zeigte sich trotz eines schwächeren Marktumfelds ein anhaltend positiver Trend.

Im Unternehmensbereich tesa konnten Lateinamerika (+19,0 %) und die Region Afrika/Asien/Australien (+17,0 %) erneut zweistellige Wachstumsraten erzielen.

Das EBIT lag bei 72 Mio. € (Vorjahr: 70 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite bei 11,0 % (Vorjahr: 11,0 %).

Vermögenslage Konzern

BILANZ			
Aktiva (in Mio. €)	31.12.2007	30.09.2007	30.09.2008
Langfristige Vermögenswerte	1.081	750	1.135
Vorräte	598	590	691
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.088	1.071	1.293
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.117	1.369	1.191
	3.884	3.780	4.310
Passiva (in Mio. €)	31.12.2007	30.09.2007	30.09.2008
Eigenkapital	2.070	1.972	2.306
Langfristiges Fremdkapital	561	520	556
Kurzfristiges Fremdkapital	1.253	1.288	1.448
	3.884	3.780	4.310

Die langfristigen Vermögenswerte erhöhten sich im Vergleich zum 31. Dezember 2007 um 54 Mio. € auf 1.135 Mio. €. Die Investitionen stiegen im Jahr 2008 auf 111 Mio. € (Vorjahr: 72 Mio. €). Davon entfielen auf den Geschäftsbereich Consumer 91 Mio. € (Vorjahr: 57 Mio. €) und auf tesa 20 Mio. € (Vorjahr: 15 Mio. €). Die Abschreibungen beliefen sich auf 80 Mio. € (Vorjahr: 88 Mio. €). Aufgrund der guten Geschäftsentwicklung sind die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gestiegen. Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte haben sich zudem durch den Erwerb von Wertpapieren in Höhe von 131 Mio. € erhöht. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente haben sich entsprechend reduziert.

Das langfristige Fremdkapital lag bei 556 Mio. €. Gestiegene Rückstellungen und Verbindlichkeiten für Ertragsteuern sowie die operativ bedingte Erhöhung der sonstigen Rückstellungen führten zu einer Erhöhung des kurzfristigen Fremdkapitals auf 1.448 Mio. €.

FINANZIERUNGSSTRUKTUR

31.12.2007	53 %	15 %	32 %
30.09.2007	52 %	14 %	34 %
30.09.2008	53 %	13 %	34 %

■ Eigenkapital ■ Langfristiges Fremdkapital ■ Kurzfristiges Fremdkapital

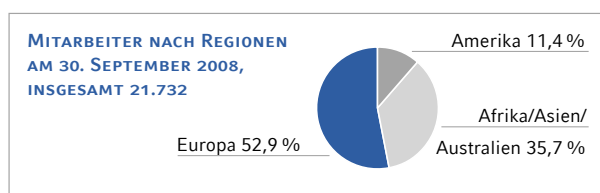
Finanzlage Konzern

KAPITALFLUSSRECHNUNG		
(in Mio. €)	01.01.–30.09.2007	01.01.–30.09.2008
Brutto-Cashflow	361	431
Cashflow Nettoumlaufvermögen	–44	–104
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	317	327
Cashflow aus investiver Tätigkeit	–1	–94
Free-Cashflow	316	233
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	–170	–162
Wechselkurs- und sonstige Veränderungen	–7	3
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	139	74
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	1.230	1.117
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.09.	1.369	1.191

Der Brutto-Cashflow betrug 431 Mio. €. Der Mittelabfluss aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens lag bei 104 Mio. €. Der Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit insgesamt lag bei 327 Mio. €. Der Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit betrug 94 Mio. €. Die Auszahlungen betrugen für Investitionen 111 Mio. € und für Wertpapiere 131 Mio. €. Einzahlungen wurden aus dem Verkauf von Anlagevermögen in Höhe von 112 Mio. € sowie aus Zinsen und sonstigen Zuflüssen in Höhe von 36 Mio. € erzielt. Der Free-Cashflow erreichte 233 Mio. €. Bedingt durch die Auszahlung der Dividende in Höhe von 159 Mio. € sowie Zins- und sonstiger Finanzausgaben in Höhe von 3 Mio. € lag der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit bei 162 Mio. €. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erreichten 1.191 Mio. €.

Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter stieg gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2007 um 631 und lag bei 21.732. Zum 30. September waren 17.827 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.905 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.



Sonstige Angaben

Verkauf von BODE Chemie

Am 20. Oktober 2008 hat Beiersdorf seine deutsche Tochtergesellschaft BODE Chemie GmbH & Co. KG mit Wirkung zum Jahresende an die Paul Hartmann AG, Heidenheim (Deutschland), verkauft.

BODE Chemie produziert und vertreibt Desinfektionsmittel für Hände, Haut, Instrumente und Flächen. Durch seine Ausrichtung auf Krankenhäuser und Großhändler unterscheidet sich dieses Geschäft deutlich vom übrigen Beiersdorf Consumer Geschäft. BODE Chemie erzielte 2007 einen Umsatz in Höhe von etwa 70 Mio. €.

Chancen und Risiken

In Bezug auf Chancen und Risiken verweisen wir auf unseren Risikobericht im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2007 sowie die Angaben im Zwischenlagebericht zum 30. Juni 2008. Wesentliche Änderungen der Chancen und Risiken ergaben sich bis zum 30. September 2008 nicht.

Ausblick 2008

Wirtschaftliche Rahmenfaktoren

Die Auswirkungen der aktuellen Finanzkrise auf die Entwicklung der Konjunktur für die restlichen Monate des Jahres lassen sich zu diesem Zeitpunkt noch nicht abschätzen. Bezogen auf das Gesamtjahr behalten die Aussagen im letzten Zwischenbericht jedoch im Wesentlichen ihre Gültigkeit.

Der weltweite Kosmetikmarkt wird voraussichtlich mit ungefähr 3 % Wachstum in diesem Jahr den langjährigen Trend fortsetzen.

In den großen Märkten Westeuropas rechnen wir mit einer moderaten Entwicklung. In Osteuropa, Lateinamerika und Asien hingegen gehen wir weiterhin von deutlichen Wachstumssteigerungen aus.

In den für tesa relevanten Märkten im Industrie- und Konsumbereich erwarten wir wie in den Vorjahren eine regional sehr unterschiedliche Entwicklung. Für Asien und Osteuropa gehen wir von Wachstumsraten im hohen und mittleren einstelligen Bereich aus, während für die reiferen Märkte niedrige einstellige Wachstumsraten wahrscheinlich sind.

Geschäftsentwicklung

Für das Gesamtjahr 2008 erwarten wir für den **Beiersdorf Konzern** ein organisches Umsatzwachstum von über 8 % und liegen damit deutlich über den jeweiligen Marktentwicklungen.

Die EBIT-Umsatzrendite soll sich gegenüber dem Vorjahr auf vergleichbarer Basis weiter erhöhen. Mit intensiven Marketinginvestitionen legen die Ende 2007 erworbenen chinesischen Haarpflege- und Stylingmarken im Jahr 2008 und auch noch im Jahr 2009 die Basis für ein deutliches Umsatzwachstum. Durch diese Investitionen wird die EBIT-Entwicklung im Konzern in diesem Jahr unterproportional ausfallen.

Im Rahmen der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain rechnen wir mit einem Sonderertrag in Höhe von etwa 15 Mio. €.

Für den Unternehmensbereich **Consumer** erwarten wir ein organisches Umsatzwachstum von 8 % bis 9 %. Die erworbenen Geschäfte in China und in der Schweiz werden dieses Wachstum noch erhöhen. Besonders starkes organisches Wachstum sehen wir vor allem in China, Russland, Brasilien und Indien. Auf vergleichbarer Basis soll die Consumer EBIT-Umsatzrendite im Vergleich zum Vorjahr auf etwa 13 % steigen. Die intensiven Marketinginvestitionen in unser chinesisches Haarpflegegeschäft werden das Wachstum des Consumer EBIT verringern.

Der Unternehmensbereich **tesa** will eine über der Marktentwicklung liegende Umsatzsteigerung von etwa 5 % erzielen. Die EBIT-Umsatzrendite wird das gute Vorjahresniveau wieder erreichen.

Zwischenabschluss Konzern

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG				
(in Mio. €)	01.07.–30.09. 2007	01.07.–30.09. 2008	01.01.–30.09. 2007	01.01.–30.09. 2008
Umsatzerlöse	1.317	1.456	4.167	4.547
Kosten der umgesetzten Leistungen	–442	–490	–1.362	–1.484
Brutto-Ergebnis vom Umsatz	875	966	2.805	3.063
Marketing- und Vertriebskosten	–621	–702	–1.963	–2.169
Forschungs- und Entwicklungskosten	–30	–37	–91	–109
Allgemeine Verwaltungskosten	–59	–73	–185	–215
Sonstiges betriebliches Ergebnis	–7	2	–35	–22
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	158	156	531	548
Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	–6	–2	–64	13
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	152	154	467	561
Finanzergebnis	7	9	21	29
Ergebnis vor Steuern	159	163	488	590
Ertragsteuern	–27	–53	–150	–188
Ergebnis nach Steuern	132	110	338	402
Ergebnis der Anteilseigner	130	108	334	398
Ergebnis anderer Gesellschafter	2	2	4	4
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,59	0,48	1,49	1,76

BILANZ			
Aktiva (in Mio. €)	31.12.2007	30.09.2007	30.09.2008
Immaterielle Vermögenswerte	350	26	362
Sachanlagen	687	675	719
Sonstige langfristige Vermögenswerte	10	10	13
Latente Steueransprüche	34	39	41
Langfristige Vermögenswerte	1.081	750	1.135
Vorräte	598	590	691
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	823	829	938
Ertragsteuerforderungen	38	20	28
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	170	177	196
Wertpapiere	-	-	131
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.117	1.369	1.191
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen	57	45	-
Kurzfristige Vermögenswerte	2.803	3.030	3.175
	3.884	3.780	4.310

Passiva (in Mio. €)	31.12.2007	30.09.2007	30.09.2008
Anteile der Anteilseigner der Beiersdorf AG	2.061	1.964	2.298
Anteile anderer Gesellschafter	9	8	8
Eigenkapital	2.070	1.972	2.306
Langfristige Rückstellungen	407	412	377
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1	7	-
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	58	10	65
Latente Steuerverbindlichkeiten	95	91	114
Langfristiges Fremdkapital	561	520	556
Kurzfristige Rückstellungen	505	614	667
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	529	467	513
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	82	59	98
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	137	148	170
Kurzfristiges Fremdkapital	1.253	1.288	1.448
	3.884	3.780	4.310

KAPITALFLUSSRECHNUNG		
(in Mio. €)	01.01.–30.09.2007	01.01.–30.09.2008
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	467	561
Auszahlungen für Ertragsteuern	–174	–138
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen	88	80
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)	–9	–23
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen	–11	–49
Brutto-Cashflow	361	431
Veränderung der Vorräte	–42	–96
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	–134	–159
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen	132	151
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	317	327
Auszahlungen für Investitionen	–74	–111
Einzahlungen aus Desinvestitionen	23	112
Auszahlungen für den Erwerb von Wertpapieren	-	–131
Zins-, Dividenden- und sonstige Finanzeinnahmen	50	36
Cashflow aus investiver Tätigkeit	–1	–94
Free-Cashflow	316	233
Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten	59	98
Auszahlungen aus der Tilgung von Krediten	–62	–82
Zins- und sonstige Finanzausgaben	–31	–19
Auszahlung Dividende Beiersdorf AG	–136	–159
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	–170	–162
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	–7	3
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	139	74
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	1.230	1.117
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.09.	1.369	1.191

EIGENKAPITALENTWICKLUNG							
JANUAR – SEPTEMBER 2008							
(in Mio. €)	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen*	Unterschied aus Währungsumrechnung	Marktbewertung Finanzinstrumente	Anteile anderer Gesellschafter	Gesamt
01.01.2008	252	47	1.879	-123	6	9	2.070
Finanzinstrumente	-	-	-	-	-5	-	-5
Wechselkursveränderungen	-	-	-	12	-	-	12
Übrige Veränderungen	-	-	-9	-	-	-5	-14
<i>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</i>	-	-	-9	12	-5	-5	-7
<i>Ergebnis nach Steuern</i>	-	-	398	-	-	4	402
<i>Gesamtergebnis der Periode</i>	-	-	389	12	-5	-1	395
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-159	-	-	-	-159
30.09.2008	252	47	2.109	-111	1	8	2.306
JANUAR – SEPTEMBER 2007							
01.01.2007	252	47	1.587	-93	-12	9	1.790
Finanzinstrumente	-	-	-	-	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
<i>Ergebnis nach Steuern</i>	-	-	334	-	-	4	338
<i>Gesamtergebnis der Periode</i>	-	-	327	-26	18	-1	318
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-136	-	-	-	-136
30.09.2007	252	47	1.778	-119	6	8	1.972

* Die Gewinnrücklagen beinhalten eine Kürzung um die Anschaffungskosten eigener Anteile von 955 Mio. €.

AUFSTELLUNG ALLER ERFASSTEN ERTRÄGE UND AUFWENDUNGEN		
(in Mio. €)	01.01.–30.09.2007	01.01.–30.09.2008
Marktbewertung Finanzinstrumente	4	-5
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-19	12
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	-	2
Übrige direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen	-5	-16
Summe der direkt im Eigenkapital erfassten Erträge und Aufwendungen	-20	-7
Ergebnis nach Steuern	338	402
Summe der erfassten Erträge und Aufwendungen	318	395
Davon entfallen auf		
– Anteilseigner der Beiersdorf AG	319	396
– andere Gesellschafter	-1	-1

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. Das oberste Mutterunternehmen der Gesellschaft ist die maxingvest ag (vormals: Tchibo Holding AG). 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 2008 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt. Der Konzernzwischenabschluss sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007 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 2007 angewandt. Der Zwischenbericht wurde vom Abschlussprüfer nicht geprüft oder einer prüferischen Durchsicht unterzogen.

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 2007. Es haben sich bis zum 30. September 2008 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

Corporate Governance

Die Entsprechenserklärung von Aufsichtsrat und Vorstand für das Geschäftsjahr 2007 zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 Aktiengesetz wurde Ende Dezember 2007 abgegeben und ist über unsere Internetseite www.Beiersdorf.de dauerhaft zugänglich.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Neben dem im Zwischenlagebericht beschriebenen Verkauf der deutschen Tochtergesellschaft BODE Chemie liegen keine Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Bilanzstichtag vor, die eine wesentliche Auswirkung auf den Geschäftsverlauf des Beiersdorf Konzerns haben werden.

Hamburg, im November 2008

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Finanzkalender

Januar 2009	Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten
3. März 2009	Veröffentlichung Geschäftsbericht 2008, Bilanzpressekonferenz, Finanzanalystenkonferenz
30. April 2009	Hauptversammlung
5. Mai 2009	Zwischenbericht Januar bis März 2009
4. August 2009	Zwischenbericht Januar bis Juni 2009
3. November 2009	Zwischenbericht Januar bis September 2009, Finanzanalystenkonferenz



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



Herausgeber:

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

Weitere Informationen:

Corporate Media Relations: Telefon: +49 40 4909-3077, 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