

BDF ●●●●

**Beiersdorf**

Passion for Skin & Beauty Care

# Zwischenbericht

Januar – Juni 2009

Beiersdorf stärkt Asien-Geschäft:  
Neues NIVEA-Werk in Shanghai eröffnet.



# Inhalt

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

## Zwischenlagebericht Konzern

- 06 Ertragslage Konzern
- 07 Ertragslage Unternehmensbereiche
- 11 Vermögenslage Konzern
- 12 Finanzlage Konzern, Mitarbeiter
- 13 Sonstige Angaben, Chancen und Risiken
- 14 Ausblick 2009

## Zwischenabschluss Konzern

- 15 Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung
- 16 Bilanz
- 17 Kapitalflussrechnung
- 18 Ausgewählte Anhangangaben, Versicherung des Vorstands
- 19 Finanzkalender, Impressum

### HÖHEPUNKTE



(1)



(2)



(3)



(4)

**(1) James C. Wei verstärkt Beiersdorf Vorstand.**  
Beiersdorf setzt seine regionale Fokussierung fort und hat zum 1. Juni 2009 mit James C. Wei, 52, einen zusätzlichen Vorstand für Asien (China, Singapur/Malaysia, Thailand, Indonesien, Korea und Indien) berufen. Der aus Taiwan stammende Wei übernimmt darüber hinaus funktional den neu geschaffenen Bereich „Neue Vertriebswege“.

**(2) Aktualisierter Nachhaltigkeitsbericht online.**  
Ende April hat Beiersdorf unter [www.Beiersdorf.de/](http://www.Beiersdorf.de/) Nachhaltigkeit den neuen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Damit informiert das Unternehmen erneut umfassend über alle Aspekte seines verantwortungsvollen Handelns in den Bereichen nachhaltiges Wirtschaften, Umwelt-/Arbeitsschutz, Mitarbeiter und Gesellschaft.

**(3) Beiersdorf Website präsentiert sich in neuem Look.**  
Seit Mitte Juli präsentiert sich Beiersdorf unter [www.Beiersdorf.de](http://www.Beiersdorf.de) mit einer neuen Onlinepräsenz. Das innovative Navigationskonzept führt den Nutzer intuitiv und schnell zu relevanten Informationen. Die moderne, leichte Gestaltung unterstützt Beiersdorfs Image als ein führendes Unternehmen für Haut- und Schönheitspflege.

**(4) NIVEA startet Kampagne „Deutschland wird blau“.**  
Mit einer einzigartigen Marketing- und Handelsaktion hat NIVEA, Deutschlands meistverkaufte Schönheitspflegemarke,\* die deutschen Kunden überrascht: Ende Juni erhielten 15 Mio. Haushalte per Post eine „NIVEA Nr. 1 EINS-Kauf-Tasche“ samt Geschenkcoupon. Damit bedankt sich NIVEA bei den Verbrauchern für ihr entgegengebrachtes Vertrauen.

\* GfK/Gesellschaft für Konsumforschung, Deutschland, Kosmetik und Körperpflege, Absatz 2008.

### ZUM TITEL

#### Beiersdorf stärkt Asien-Geschäft: Neues NIVEA-Werk in Shanghai eröffnet.

Im Juni hat Beiersdorf eine neue, moderne Produktionsanlage in Shanghai eröffnet. 18 Mio. € wurden in den Standort investiert. Das Werk, das neben China künftig auch andere asiatische Länder mit speziell für diesen Markt entwickelten NIVEA-Produkten versorgen soll, startet mit einer Jahreskapazität von 15.000 Tonnen. In einer weiteren Ausbaustufe kann die Kapazität auf bis zu 25.000 Jahrestonnen erweitert werden. Um der steigenden Nachfrage nach Körperpflegeprodukten in Asien zu entsprechen, hat Beiersdorf zudem in das NIVEA-Werk in Bangplee (Thailand) investiert – hier wurde die Produktionskapazität auf 31.000 Jahrestonnen verdoppelt. Mit diesen Maßnahmen will Beiersdorf die Marktposition im wichtigen Wachstumsmarkt Asien konsequent ausbauen.

# Geschäftsentwicklung im Überblick

## Geschäftsentwicklung entspricht den aktuellen Erwartungen

- » Consumer Umsatz (organisch) +0,3 % gegenüber Vorjahr
- » Starke Position von tesa trotz schwierigen Umfelds gehalten
- » Konzern EBIT-Umsatzrendite bei 9,9 %
- » Konzernergebnis nach Steuern bei 189 Mio. €

## Ausblick auf das Geschäftsjahr 2009

- » Consumer Umsatz (organisch) leicht über Vorjahr
- » Consumer EBIT-Umsatzrendite über 10 %
- » Weiter schwieriger Geschäftsverlauf für tesa

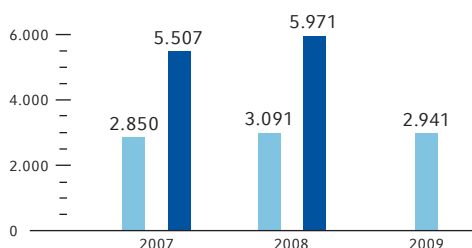
## Beiersdorf auf einen Blick

(in Mio. €, sofern nicht anders angegeben)

	01.01.–30.06.2008	01.01.–30.06.2009
<b>Umsatz</b>	<b>3.091</b>	<b>2.941</b>
Veränderung zum Vorjahr in % (organisch)	8,3	–2,8
Veränderung zum Vorjahr in % (wechselkursbereinigt)	11,5	–4,5
Veränderung zum Vorjahr in % (nominal)	8,5	–4,8
Consumer	2.649	2.593
tesa	442	348
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>407</b>	<b>291</b>
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)*</b>	<b>392</b>	<b>291</b>
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>292</b>	<b>189</b>
Umsatzrendite nach Steuern in %	9,4	6,4
Ergebnis je Aktie in €	1,28	0,82
<b>Brutto-Cashflow</b>	<b>292</b>	<b>223</b>
Investitionen (inkl. langfristiger Finanzinvestitionen)	65	59
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	72	73
Mitarbeiter (Anzahl am 30.06.)	22.296	21.700

### UMSATZ KONZERN (in Mio. €)

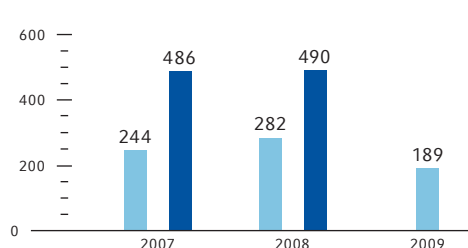
■ 01.01.–30.06. ■ Gesamtjahr



Wachstum (wechselkurs- bereinigt) in %	10,6	9,1	11,5	10,6	–4,5
--	------	-----	------	------	------

### ERGEBNIS NACH STEUERN\* (in Mio. €)

■ 01.01.–30.06. ■ Gesamtjahr



Umsatzrendite nach Steuern* in %	8,6	8,8	9,1	8,2	6,4
--	-----	-----	-----	-----	-----

\* Ohne Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain.

# Segmente im Überblick

## Geschäftsentwicklung nach Unternehmensbereichen

UMSATZ (in Mio. €)	01.04.–30.06.2008		01.04.–30.06.2009		01.01.–30.06.2008		01.01.–30.06.2009		Entwicklung in %	
		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %	nominal	wechsel- kurs- bereinigt
Consumer	1.350	86,1	1.326	88,2	2.649	85,7	2.593	88,2	-2,1	-1,8
tesa	218	13,9	177	11,8	442	14,3	348	11,8	-21,2	-21,0
<b>Gesamt</b>	<b>1.568</b>	<b>100,0</b>	<b>1.503</b>	<b>100,0</b>	<b>3.091</b>	<b>100,0</b>	<b>2.941</b>	<b>100,0</b>	<b>-4,8</b>	<b>-4,5</b>

EBITDA (in Mio. €)	01.04.–30.06.2008		01.04.–30.06.2009		01.01.–30.06.2008		01.01.–30.06.2009		Entwicklung in %	
		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	nominal	
Consumer	207	15,3	162	12,2	399	15,1	328	12,7		-17,7
tesa	30	13,9	12	6,3	60	13,6	18	5,1		-70,3
<b>Gesamt</b>	<b>237</b>	<b>15,1</b>	<b>174</b>	<b>11,5</b>	<b>459</b>	<b>14,8</b>	<b>346</b>	<b>11,8</b>		<b>-24,6</b>

BETRIEBLICHES ERGEBNIS (EBIT) (in Mio. €)	01.04.–30.06.2008		01.04.–30.06.2009		01.01.–30.06.2008		01.01.–30.06.2009		Entwicklung in %	
		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	nominal	
Consumer	185	13,7	140	10,6	358	13,5	284	11,0		-20,7
Consumer (ohne Sondereffekte) *	172	12,7	140	10,6	343	12,9	284	11,0		-17,1
tesa	25	11,3	6	3,2	49	11,1	7	2,0		-85,9
<b>Gesamt</b>	<b>210</b>	<b>13,4</b>	<b>146</b>	<b>9,7</b>	<b>407</b>	<b>13,2</b>	<b>291</b>	<b>9,9</b>		<b>-28,5</b>
<b>Gesamt (ohne Sondereffekte) *</b>	<b>197</b>	<b>12,5</b>	<b>146</b>	<b>9,7</b>	<b>392</b>	<b>12,7</b>	<b>291</b>	<b>9,9</b>		<b>-25,7</b>

BRUTTO-CASHFLOW (in Mio. €)	01.04.–30.06.2008		01.04.–30.06.2009		01.01.–30.06.2008		01.01.–30.06.2009		Entwicklung in %	
		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	nominal	
Consumer	99	7,3	96	7,2	247	9,3	206	7,9		-16,8
tesa	22	10,4	10	6,0	45	10,2	17	4,9		-62,0
<b>Gesamt</b>	<b>121</b>	<b>7,7</b>	<b>106</b>	<b>7,0</b>	<b>292</b>	<b>9,4</b>	<b>223</b>	<b>7,6</b>		<b>-23,8</b>

## Geschäftsentwicklung nach Regionen

UMSATZ (in Mio. €)	01.04.–30.06.2008		01.04.–30.06.2009		01.01.–30.06.2008		01.01.–30.06.2009		Entwicklung in %	
		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %		Anteil in %	nominal	wechsel- kurs- bereinigt
Europa	1.118	71,3	1.030	68,5	2.195	71,0	1.992	67,7	-9,3	-6,1
Amerika	194	12,4	195	13,0	390	12,6	393	13,4	0,8	-2,1
Afrika/Asien/Australien	256	16,3	278	18,5	506	16,4	556	18,9	10,0	0,0
<b>Gesamt</b>	<b>1.568</b>	<b>100,0</b>	<b>1.503</b>	<b>100,0</b>	<b>3.091</b>	<b>100,0</b>	<b>2.941</b>	<b>100,0</b>	<b>-4,8</b>	<b>-4,5</b>

BETRIEBLICHES ERGEBNIS (EBIT) (in Mio. €)	01.04.–30.06.2008		01.04.–30.06.2009		01.01.–30.06.2008		01.01.–30.06.2009		Entwicklung in %	
		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	nominal	
Europa	196	17,6	146	14,1	373	17,0	279	14,0		-25,4
Europa (ohne Sondereffekte) *	183	16,4	146	14,1	358	16,3	279	14,0		-22,2
Amerika	2	0,8	-5	-2,3	6	1,5	-	0,1		-93,1
Afrika/Asien/Australien	12	4,7	5	1,9	28	5,7	12	2,2		-56,3
<b>Gesamt</b>	<b>210</b>	<b>13,4</b>	<b>146</b>	<b>9,7</b>	<b>407</b>	<b>13,2</b>	<b>291</b>	<b>9,9</b>		<b>-28,5</b>
<b>Gesamt (ohne Sondereffekte) *</b>	<b>197</b>	<b>12,5</b>	<b>146</b>	<b>9,7</b>	<b>392</b>	<b>12,7</b>	<b>291</b>	<b>9,9</b>		<b>-25,7</b>

\* Ohne Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain.

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

## Die Beiersdorf Aktie

Nach der starken Abschwächung der wirtschaftlichen Entwicklung in den ersten drei Monaten des Jahres setzte sich der weltweite Abschwung im zweiten Quartal fort. Zwar zeigten die Frühindikatoren in letzter Zeit eine Verlangsamung der Abwärtsbewegung, doch wichtige Parameter der globalen Wirtschaft deuteten auf einen weiteren Rückgang der wirtschaftlichen Aktivitäten hin. In den entwickelten Märkten waren es vor allem die sinkenden Immobilienpreise und der große Korrekturbedarf in den Bilanzen des Finanzsektors, die eine weiterhin ungünstige Wirkung auf die Zuversicht der Marktteilnehmer hatten. Der Rückgang der Nachfrage aus diesen Märkten hatte einen stark dämpfenden Effekt auf einige sich entwickelnde Regionen. So zeigte China deutlich schwächeres Wachstum; dieser Trend wäre nach Ansicht der Beobachter ohne die erheblichen stimulierenden Infrastrukturmaßnahmen der Regierung noch wesentlich ausgeprägter gewesen. In Lateinamerika verzeichneten unter anderen Mexiko und Argentinien einen Rückgang ihrer wirtschaftlichen Aktivitäten, insgesamt jedoch war die Auswirkung der weltweiten Rezession in dieser Region eher geringer.



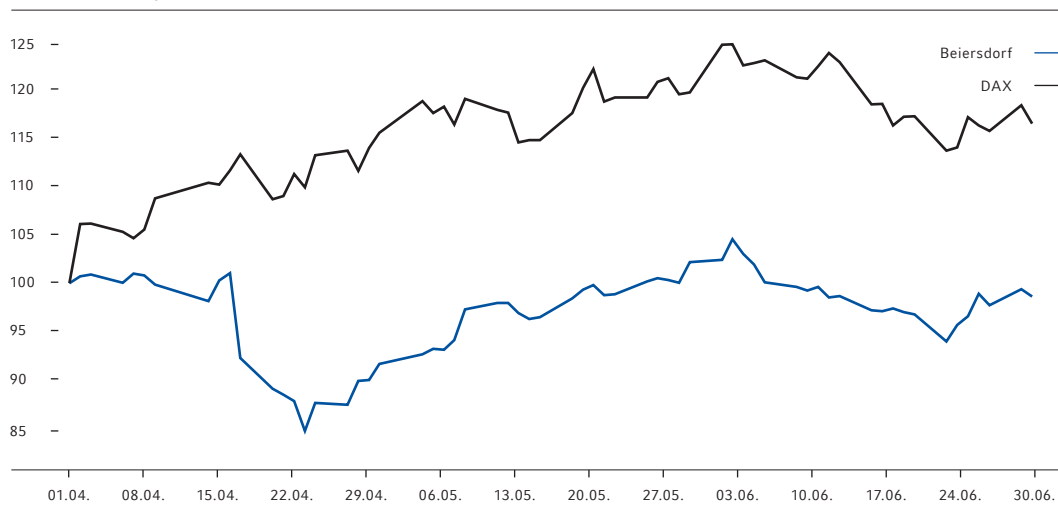
Beiersdorf.de/  
IR

Auf den internationalen Aktienmärkten kehrte im zweiten Quartal die Risikobereitschaft zurück, ausgelöst durch die allgemeine Erwartung eines sich nähernden Wendepunktes. Der Umfang der Kursschwankungen ging zurück, blieb zugleich aber noch deutlich über dem Niveau vor dem Beginn der Wirtschaftskrise. Die weiterhin große Unsicherheit des Marktes bezüglich der weiteren Kursentwicklungen spiegelte sich in den Diskussionen über L-, U- oder V-förmige Verläufe der Konjunktur und damit der Aktienkurse in den nächsten Monaten wider. Gegen Ende des Quartals wurde ein eher W-förmiger Verlauf für wahrscheinlich gehalten, getrieben durch einen Rückgang der internationalen Aktienindizes. Auch der DAX verzeichnete im Juni einen wieder fallenden Trend und schloss zum 30. Juni 2009 bei 4.808 Punkten.

Die Beiersdorf Aktie reflektierte in ihrem Verlauf im zweiten Quartal deutlich und nachhaltig die Reaktion des Marktes auf die am 17. April veröffentlichte Ad-hoc-Mitteilung zu den Ergebnissen des ersten Quartals. Die Abschwächung des Wachstums im gesamten HPC-Sektor („Household and Personal Care“) war nicht im beobachteten Maß erwartet worden; dies führte durchgängig zu Verläufen unter den Indizes des Gesamtmarktes. Auch der Kurs der Beiersdorf Aktie verlief im gesamten Quartal unter dem DAX und bot den Investoren eine gute Gelegenheit zum Einstieg. Auch aus diesem Grund war der Bedarf des Kapitalmarktes an Informationen über Beiersdorf im vergangenen Quartal sehr hoch und dokumentierte sich unter anderem in zahlreichen Gesprächen des Managements mit Investoren auf Konferenzen in Paris, Stockholm und Luxemburg. Im Laufe des Quartals konnte unsere Aktie einen Teil ihrer Einbußen nach der Quartalsveröffentlichung wieder zurückgewinnen und den Abstand zum Verlauf des DAX leicht verringern; zum Quartalsende schloss die Beiersdorf Aktie bei 33,51 €.

### ENTWICKLUNG DER BEIERSDORF AKTIE IM ZEITRAUM VON APRIL – JUNI 2009

(relative Veränderung in %)





# Zwischenlagebericht Konzern

## Ertragslage Konzern

- » Umsatz (organisch) um 2,8 % unter Vorjahr
- » EBIT-Umsatzrendite bei 9,9 %
- » Ergebnis nach Steuern bei 189 Mio. €

Der Konzernumsatz lag im ersten Halbjahr, bereinigt um Wechselkursveränderungen und ohne die Einbeziehung der Vorjahresumsätze unserer Divestments (BODE Gruppe, Futuro Geschäft), um 2,8 % unter dem Vorjahreswert. Der Unternehmensbereich Consumer zeigte ein organisches Wachstum von 0,3 % gegenüber Vorjahr. tesa verzeichnete einen Umsatzrückgang von 21,0 %. Nur um Wechselkurseffekte bereinigt betrug der Umsatzrückgang im Konzern 4,5 %. Zu aktuellen Wechselkursen lag er um 4,8 % unter Vorjahr und erreichte 2.941 Mio. € (Vorjahr: 3.091 Mio. €).

### GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (in Mio. €)

	01.01.–30.06.2008	01.01.–30.06.2009
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>3.091</b>	<b>2.941</b>
Kosten der umgesetzten Leistungen	–994	–951
<b>Brutto-Ergebnis vom Umsatz</b>	<b>2.097</b>	<b>1.990</b>
Marketing- und Vertriebskosten	–1.467	–1.439
Forschungs- und Entwicklungskosten	–72	–73
Allgemeine Verwaltungskosten	–142	–145
Sonstiges betriebliches Ergebnis	–24	–42
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)</b>	<b>392</b>	<b>291</b>
Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	15	-
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>407</b>	<b>291</b>
Finanzergebnis	20	3
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>427</b>	<b>294</b>
Ertragsteuern	–135	–105
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>292</b>	<b>189</b>
<b>Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)</b>	<b>1,28</b>	<b>0,82</b>

Es konnte ein betriebliches Ergebnis (EBIT) von 291 Mio. € (Vorjahr ohne Sondereffekte: 392 Mio. €) erwirtschaftet werden. Dies entspricht einer EBIT-Rendite von 9,9 % (Vorjahr: 12,7 %). Während weiterhin Investitionen in Marketing sowie Forschung und Entwicklung aufrechterhalten wurden, leitete Beiersdorf zur EBIT-Sicherung kostenbegrenzende und kostensenkende Maßnahmen ein.

Das Finanzergebnis lag bei 3 Mio. € (Vorjahr: 20 Mio. €). Ursächlich für den Rückgang sind im Wesentlichen das geringere Zinsniveau sowie die Umschichtung eines Großteils der liquiden Mittel von Bankenfestgeldern in Wertpapiere, deren Wertentwicklung teilweise erst bei Verkauf ergebniswirksam wird.

Das Ergebnis nach Steuern belief sich auf 189 Mio. € (Vorjahr: 292 Mio. €). Die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern betrug 6,4 % (Vorjahr: 9,4 %).

Das Ergebnis je Aktie, bezogen auf 226.818.984 Stück, lag bei 0,82 € (Vorjahr: 1,28 €).

## Ertragslage Unternehmensbereiche

### Consumer

- » Umsatz des Unternehmensbereichs Consumer auf vergleichbarer Basis leicht über Vorjahr
- » EBIT-Umsatzrendite Consumer bei 11,0 %

#### CONSUMER (01.01.–30.06., in Mio. €)

	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2009	1.734	355	504	2.593
Entwicklung (organisch)	-1,7 %	5,5 %	4,6 %	0,3 %
Entwicklung (wechsellkursbereinigt)	-3,7 %	0,1 %	4,4 %	-1,8 %
Entwicklung (nominal)	-7,1 %	2,9 %	15,0 %	-2,1 %
EBIT 2009	279	-1	6	284
EBIT-Umsatzrendite 2009	16,1 %	-0,2 %	1,2 %	11,0 %
EBIT 2008*	324	2	17	343
EBIT-Umsatzrendite 2008*	17,3 %	0,7 %	3,9 %	12,9 %

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

Ohne Berücksichtigung der Vorjahresumsätze der 2008 erfolgten Divestments (BODE Gruppe und Futuro Geschäft) lag der Umsatz mit einer organischen Entwicklung von +0,3 % leicht über Vorjahr. Bereinigt um Wechselkursveränderungen verringerte sich der Umsatz im ersten Halbjahr um 1,8 %. Zu aktuellen Kursen erreichte der Umsatz im Unternehmensbereich Consumer nominal 2.593 Mio. € und lag damit um 2,1 % unter dem Vorjahr (2.649 Mio. €).

Der NIVEA-Umsatz weltweit erhöhte sich organisch um +0,7 %. Im Vergleich zum starken Vorjahreszeitraum entwickelten sich NIVEA Bath Care, NIVEA DEODORANT sowie NIVEA SUN und NIVEA Hair Care positiv. Unsere Marke La Prairie im Luxussegment spürte die Folgen der negativen wirtschaftlichen Entwicklungen besonders. Der Umsatz lag deutlich unter dem Vorjahr. Eucerin zeigte im ersten Halbjahr ein erfreuliches Wachstum von +9,0 %. Die DermoDENSIFYER-Serie konnte sich erfolgreich etablieren.

Das EBIT lag bei 284 Mio. € (Vorjahr ohne Sondereffekte: 343 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite betrug 11,0 % (Vorjahr: 12,9 %).

**CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG EUROPA** (01.01.–30.06., in Mio. €)

	Deutschland	Westeuropa (ohne Deutschland)	Osteuropa	Gesamt
Umsatz 2009	483	962	289	1.734
Entwicklung (organisch)	3,3 %	-5,2 %	2,1 %	-1,7 %
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	-3,3 %	-5,5 %	1,5 %	-3,7 %
Entwicklung (nominal)	-3,3 %	-6,6 %	-14,2 %	-7,1 %

Der Consumer Umsatz in der Region **Europa** blieb auf vergleichbarer Basis um 1,7 % unter dem Vorjahreswert. Nur bereinigt um Wechselkursveränderungen lag der Umsatzrückgang bei 3,7 %. Zu aktuellen Wechselkursen verringerte sich der Umsatz um 7,1 % auf 1.734 Mio. € (Vorjahr: 1.865 Mio. €).

Bereinigt um die Vorjahresumsätze der Ende 2008 verkauften BODE Gruppe und des Futuro Geschäfts verzeichnete Beiersdorf in **Deutschland** ein Umsatzwachstum von +3,3 %. Besonders gut entwickelten sich die Umsätze von NIVEA Hair Care, NIVEA DEODORANT und NIVEA Body Care. Auch Eucerin und Florena zeigten starke Wachstumsraten. NIVEA FOR MEN und NIVEA SUN hingegen blieben unter den Vorjahreswerten. Nominal lag der Umsatz in Deutschland 3,3 % unter Vorjahr.

In **Westeuropa** lag der organische Umsatz (bereinigt um Divestments) um 5,2 % unter dem Vorjahreswert. Damit hat sich die Entwicklung gegenüber dem ersten Quartal (-7,8 %) verbessert. Die Schweiz (+2,8 %) und die Nordic/Baltic Gruppe (+1,5 %) konnten ein leichtes Umsatzplus erzielen. Geringere Umsatzeinbußen wurden in der Benelux/Frankreich Gruppe (-4,7 %), der UK/Irland Gruppe (-4,2 %) und in Italien (-1,7 %) verzeichnet. Der Umsatzrückgang bei der La Prairie Gruppe (-21,6 %) fiel deutlicher aus. Der Umsatzrückgang in Westeuropa betraf fast alle NIVEA-Produkte sowie vor allem unsere Marke La Prairie. Eucerin hingegen erzielte erneut ein positives Wachstum. Wechselkursbereinigt lagen die Umsätze in Westeuropa um 5,5 % unter dem Vorjahreswert.

Der organische Umsatz in **Osteuropa** stieg im Vergleich zum Vorjahr um +2,1 %. Polen zeigte ein Wachstum von +3,0 %, die Russland/Ukraine Gruppe von +3,9 %. Besonders positiv entwickelten sich in dieser Region NIVEA Shower, NIVEA DEODORANT, NIVEA Baby und Eucerin. Die Umsätze mit NIVEA FOR MEN und NIVEA Body Care waren rückläufig. Nur bereinigt um Wechselkurseffekte lagen die Umsätze in Osteuropa um 1,5 % über Vorjahr.

Das Consumer EBIT in Europa erreichte 279 Mio. € (Vorjahr ohne Sondereffekte: 324 Mio. €). Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite betrug 16,1 % (Vorjahr: 17,3 %).



**CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG AMERIKA** (01.01.–30.06., in Mio. €)

	Nordamerika	Lateinamerika	Gesamt
Umsatz 2009	147	208	355
Entwicklung (organisch)	–3,3 %	11,9 %	5,5 %
Entwicklung (wechsellkursbereinigt)	–12,4 %	10,0 %	0,1 %
Entwicklung (nominal)	–1,3 %	6,2 %	2,9 %

In der Region **Amerika** erhöhte sich der Umsatz auf vergleichbarer Basis um +5,5 % im Vergleich zum Vorjahr. Nur bereinigt um Wechselkursveränderungen wurde ein Umsatzplus von +0,1 % erreicht. Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 355 Mio. € um +2,9 % über dem Vorjahreswert (345 Mio. €).

Die organische Umsatzentwicklung in **Nordamerika** lag um 3,3 % unter Vorjahr. Die Fokuskategorien NIVEA Body Care, NIVEA FOR MEN und La Prairie hatten weiter unter den erheblichen Auswirkungen der Wirtschaftskrise in den USA zu leiden und zeigten deutliche Umsatzrückgänge. Eucerin verzeichnete ein leichtes Umsatzplus. Wechselkursbereinigt lag der Umsatz in Nordamerika um 12,4 % unter dem des Vorjahreszeitraums.

In **Lateinamerika** stiegen die Umsätze organisch um +11,9 %. In allen großen Märkten wurden zweistellige Wachstumsraten erzielt. Neben den wichtigen Märkten Mexiko (+10,0 %) und Brasilien (+13,2 %) trugen besonders die Anden Gruppe (+25,1 %) und Argentinien (+15,5 %) zum Wachstum bei. In dieser Schwerpunktregion entwickelten sich insbesondere NIVEA DEODORANT, NIVEA Body Care und NIVEA Seife sehr gut. Nur bereinigt um Wechselkursveränderungen lag das Wachstum dieser Region bei +10,0 %.

Das Consumer EBIT in Amerika lag bei –1 Mio. € (Vorjahr: 2 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite betrug –0,2 % (Vorjahr: 0,7 %).

**CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG AFRIKA/ASIEN/AUSTRALIEN** (01.01.–30.06., in Mio. €)

	Afrika/Asien/Australien
Umsatz 2009	504
Entwicklung (organisch)	4,6 %
Entwicklung (wechsellkursbereinigt)	4,4 %
Entwicklung (nominal)	15,0 %

Die Region **Afrika/Asien/Australien** erreichte auf vergleichbarer Basis ein Wachstum von +4,6 %. Nur bereinigt um Wechselkursveränderungen ergibt sich ein Umsatzplus von 4,4 %. Der Umsatz betrug nominal 504 Mio. € und lag damit um 15,0 % über dem Vorjahreswert (439 Mio. €).

Gute Umsatzsteigerungen in dieser Region hatten unsere chinesische Haarpflegemarke SLEK, NIVEA VISAGE, NIVEA FOR MEN und Eucerin. In China entwickelten sich die China Gruppe mit +16,1 % und auf geringerer Umsatzbasis die 2007 gegründete La Prairie Shanghai mit +22,5 % sehr gut. Auch Thailand zeigte eine erfreuliche Wachstumsrate von +9,9 %, erfolgreich waren hier insbesondere NIVEA VISAGE, NIVEA FOR MEN und Eucerin. In Japan erhöhte sich der Umsatz durch die gute Entwicklung von NIVEA SUN, 8x4 und NIVEA FOR MEN um +1,2 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Die EBIT-Entwicklung in dieser Region ist weiter durch die erweiterten Marketinginvestitionen in das chinesische Haarpflegegeschäft beeinflusst. Das EBIT betrug 6 Mio. € (Vorjahr: 17 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 1,2 % (Vorjahr: 3,9 %).

## tesa

- » Unternehmensbereich tesa weiter auf deutlich reduziertem Umsatzniveau
- » EBIT-Umsatzrendite tesa bei 2,0 %

**TESA** (01.01.–30.06., in Mio. €)

	Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2009	258	38	52	348
Entwicklung (organisch)	-19,6 %	-18,7 %	-29,1 %	-21,0 %
Entwicklung (wechselkursbereinigt)	-19,6 %	-18,7 %	-29,1 %	-21,0 %
Entwicklung (nominal)	-21,7 %	-15,4 %	-22,5 %	-21,2 %
EBIT 2009	-	1	6	7
EBIT-Umsatzrendite 2009	-0,2 %	3,0 %	12,2 %	2,0 %
EBIT 2008	34	3	12	49
EBIT-Umsatzrendite 2008	10,4 %	6,8 %	17,2 %	11,1 %

Der tesa Umsatz lag im ersten Halbjahr 2009 um 21,0 % (bereinigt um Wechselkursveränderungen) unter dem Vorjahresumsatz. Zu aktuellen Kursen erreichte tesa einen Umsatz von 348 Mio. € (Vorjahr: 442 Mio. €) und lag damit um 21,2 % unter dem Vorjahr.

Im zweiten Quartal 2009 setzte sich die Entwicklung des im Herbst 2008 begonnenen Trends fort. In einem weiterhin sehr angespannten Marktumfeld war insgesamt eine Konsolidierung auf niedrigem Niveau festzustellen. Die Auswirkungen der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung waren stark im Geschäftsbereich Industrie, insbesondere bei Umsätzen mit Kunden der Automobil- und Elektroindustrie, zu spüren. Das Endverbrauchergeschäft zeigte sich insgesamt etwas positiver mit einer Entwicklung, die nur leicht unter dem Vorjahresniveau lag.

Umsatzrückgänge waren bei tesa in allen Regionen zu verzeichnen.

Das EBIT im Unternehmensbereich tesa lag bei 7 Mio. € (Vorjahr: 49 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite betrug 2,0 % (Vorjahr: 11,1 %).

## Vermögenslage Konzern

### BILANZ (in Mio. €)

#### AKTIVA

	31.12.2008	30.06.2008	30.06.2009
Langfristige Vermögenswerte	1.167	1.092	1.172
Vorräte	634	663	590
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	2.045	1.272	2.143
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	613	1.136	604
	<b>4.459</b>	<b>4.163</b>	<b>4.509</b>

#### PASSIVA (in Mio. €)

	31.12.2008	30.06.2008	30.06.2009
Eigenkapital	2.460	2.174	2.435
Langfristiges Fremdkapital	599	561	537
Kurzfristiges Fremdkapital	1.400	1.428	1.537
	<b>4.459</b>	<b>4.163</b>	<b>4.509</b>

Die langfristigen Vermögenswerte haben sich im Vergleich zum 31. Dezember 2008 um 5 Mio. € auf 1.172 Mio. € erhöht. Die Investitionen lagen im ersten Halbjahr 2009 bei 59 Mio. € (Vorjahr: 65 Mio. €). Davon entfielen auf den Unternehmensbereich Consumer 41 Mio. € (Vorjahr: 53 Mio. €) und auf tesa 18 Mio. € (Vorjahr: 12 Mio. €). Die Abschreibungen beliefen sich auf 55 Mio. € (Vorjahr: 52 Mio. €). Der Vorratsbestand konnte durch konsequente Umsetzung von Supply Chain-Maßnahmen zur Bestandsreduktion um 44 Mio. € auf 590 Mio. € verringert werden. Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich auf 2.143 Mio. €. Im Vergleich zum Vorjahresquartal hat Beiersdorf zur Risikostreuung 805 Mio. € seiner liquiden Mittel in Wertpapiere umgeschichtet. Zudem stiegen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen saisonal bedingt an.

Das langfristige Fremdkapital hat sich seit dem 31. Dezember 2008 um 62 Mio. € auf 537 Mio. € reduziert, da die erste Tranche der Option für die noch in Fremdbesitz befindlichen Anteile an der C-BONS Hair Care Gruppe bereits zum ersten Quartal in die kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten umgegliedert wurde. Ursächlich für den Anstieg des kurzfristigen Fremdkapitals waren außerdem die operativ bedingte Erhöhung der sonstigen Rückstellungen sowie höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

### FINANZIERUNGSSTRUKTUR (in %)



- Eigenkapital
- Langfristiges Fremdkapital
- Kurzfristiges Fremdkapital

## Finanzlage Konzern

### KAPITALFLUSSRECHNUNG (in Mio. €)

	01.01.–30.06.2008	01.01.–30.06.2009
Brutto-Cashflow	292	223
Cashflow Nettoumlaufvermögen	–152	–34
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	140	189
Cashflow aus investiver Tätigkeit	50	51
Free-Cashflow	190	240
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	–163	–251
Sonstige Veränderungen	–8	2
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	19	–9
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.</b>	<b>1.117</b>	<b>613</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.06.</b>	<b>1.136</b>	<b>604</b>

Der Brutto-Casflow betrug 223 Mio. €. Der Mittelabfluss aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens lag bei 34 Mio. €. Die Reduktion im Vergleich zum Vorjahr war wesentlich beeinflusst durch die Verringerung der Vorräte um 44 Mio. €. Insgesamt lag der Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit bei 189 Mio. €. Der Cashflow aus investiver Tätigkeit betrug 51 Mio. €. Den Ausgaben für Investitionen in Höhe von 59 Mio. € standen Einnahmen aus dem Verkauf von Wertpapieren in Höhe von 90 Mio. € und aus dem Verkauf von Anlagevermögen in Höhe von 5 Mio. € sowie Zinsen und sonstige Finanzeinzahlungen in Höhe von 15 Mio. € gegenüber. Der Free-Cashflow erreichte 240 Mio. €. Bedingt durch die Auszahlung der Dividende in Höhe von 204 Mio. €, die Rückführung von Finanzverbindlichkeiten um 38 Mio. € sowie durch Zins- und sonstige Finanzauszahlungen in Höhe von 18 Mio. € lag der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit bei 251 Mio. €. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erreichten 604 Mio. €.

## Mitarbeiter

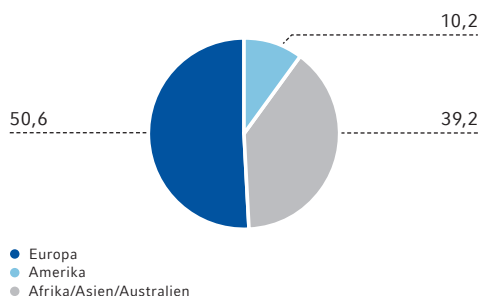


Beiersdorf.de/  
Karriere

Die Zahl der Mitarbeiter hat sich gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2008 um 66 auf 21.700 verringert. Zum 30. Juni waren 17.874 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.826 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.

### MITARBEITER NACH REGIONEN

(am 30.06.2009, Anteil in %)



Insgesamt: 21.700 Mitarbeiter am 30.06.2009.

## Sonstige Angaben

### Beiersdorf verstärkt Asien-Aktivitäten mit neuem Vorstand

Beiersdorf setzt seine regionale Fokussierung konsequent fort und hat zum 1. Juni 2009 einen zusätzlichen Vorstand für Asien berufen. Der aus Taiwan stammende James C. Wei verantwortet künftig die Regionen China, Singapur/Malaysia, Thailand, Indonesien, Korea und Indien. Zusätzlich übernimmt er funktional den neu geschaffenen Bereich „Neue Vertriebswege“.

Die Regionen Japan, Afrika, Australien und Middle East bleiben in der Verantwortung von Peter Kleinschmidt, der weiterhin für die Vorstandsfunktionen Personal und Nachhaltigkeit zuständig ist. Alle anderen funktionalen und regionalen Zuständigkeiten im Vorstand bleiben unverändert.

## Chancen und Risiken

In Bezug auf Chancen und Risiken verweisen wir auf unseren Risikobericht im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2008. Wesentliche Änderungen der Chancen und Risiken ergaben sich bis zum 30. Juni 2009 nicht.

## Ausblick 2009

### Wirtschaftliche Rahmenfaktoren

Die Entwicklung der Konjunktur des Jahres 2009 sehen wir weiter durch die Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise belastet. Wir gehen für unsere Planungen weiterhin von einem deutlichen Rückgang des Wachstums der Weltwirtschaft aus. Einen Rückgang der Wirtschaftsleistung erwarten wir insbesondere in den USA, in Westeuropa, Russland und Japan.

Die Entwicklung unserer weltweiten Märkte im Bereich Consumer wird nach unserer Einschätzung infolge der aktuellen wirtschaftlichen Lage eine rückläufige Tendenz zeigen, wobei die regionalen Entwicklungen sehr unterschiedlich sein können. Für die großen saturierten Märkte Westeuropas sowie der USA rechnen wir teilweise mit Marktrückgängen. Die Wachstumsregionen Osteuropa, Lateinamerika und Asien (ohne Japan) werden voraussichtlich ein gegenüber den Vorjahren vermindertes Wachstum zeigen.

In den für tesa relevanten Märkten im Industrie- und Konsumbereich erwarten wir eine Fortdauer des Ende 2008 begonnenen Markteinbruchs. Westeuropa und Nordamerika werden deutlich unter dem Vorjahr bleiben. In wesentlichen Industriebereichen wie der Automobilindustrie werden sich die Auswirkungen der Wirtschaftskrise weiter sehr deutlich zeigen.

### Geschäftsentwicklung

Für das Gesamtjahr 2009 wird der Beiersdorf **Konzern** die Höhe des Vorjahresumsatzes nicht erreichen können. Auf Basis der aktuellen Entwicklungen im Rahmen der Wirtschaftskrise gehen wir für den Konzern von einer EBIT-Umsatzrendite aus, die unter der des Vorjahres liegen wird.

Der Unternehmensbereich **Consumer** soll auch 2009 weiter stärker wachsen als der Markt und einen Umsatz erreichen, der leicht über Vorjahr liegt. Organisches Wachstum sehen wir vor allem in China, Russland und Brasilien. Da wir weiterhin in Marketing sowie Forschung und Entwicklung investieren, erwarten wir für das Gesamtjahr einen leichten Rückgang der EBIT-Umsatzrendite und streben an, diese im schwierigen Marktumfeld bei über 10 % zu halten.

Der Unternehmensbereich **tesa** geht von einem weiterhin schwierigen wirtschaftlichen Umfeld aus. Jedoch wird tesa seine starke Marktposition in insgesamt rückläufigen Märkten behaupten können. Die Umsatzentwicklung, die insbesondere von der Nachfrageentwicklung der industriellen Kunden abhängt, dürfte sich auf niedrigem Niveau stabilisieren. Die im April vereinbarten Einsparmaßnahmen werden konsequent umgesetzt mit dem Ziel, die Ertragskraft nachhaltig zu stärken. Aufgrund der konsequent fortgeführten Technologieprojekte rechnet der Unternehmensbereich 2009 operativ mit einer nur leicht positiven Umsatzrendite.

Hamburg, im August 2009

Beiersdorf AG

Der Vorstand



# Zwischenabschluss Konzern

## Gewinn- und Verlustrechnung

(in Mio. €)

	01.04.–30.06.2008	01.04.–30.06.2009	01.01.–30.06.2008	01.01.–30.06.2009
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.568</b>	<b>1.503</b>	<b>3.091</b>	<b>2.941</b>
Kosten der umgesetzten Leistungen	–516	–492	–994	–951
<b>Brutto-Ergebnis vom Umsatz</b>	<b>1.052</b>	<b>1.011</b>	<b>2.097</b>	<b>1.990</b>
Marketing- und Vertriebskosten	–743	–727	–1.467	–1.439
Forschungs- und Entwicklungskosten	–38	–36	–72	–73
Allgemeine Verwaltungskosten	–71	–75	–142	–145
Sonstiges betriebliches Ergebnis	–3	–27	–24	–42
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)</b>	<b>197</b>	<b>146</b>	<b>392</b>	<b>291</b>
Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain	13	-	15	-
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>210</b>	<b>146</b>	<b>407</b>	<b>291</b>
Finanzergebnis	10	-	20	3
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>220</b>	<b>146</b>	<b>427</b>	<b>294</b>
Ertragsteuern	–72	–57	–135	–105
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>148</b>	<b>89</b>	<b>292</b>	<b>189</b>
Ergebnis der Anteilseigner	147	87	290	186
Ergebnis anderer Gesellschafter	1	2	2	3
<b>Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)</b>	<b>0,65</b>	<b>0,39</b>	<b>1,28</b>	<b>0,82</b>

## Gesamtergebnisrechnung

(in Mio. €)

	01.01.–30.06.2008	01.01.–30.06.2009
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>292</b>	<b>189</b>
Veränderung der Marktbewertung von Cashflow Hedges	–4	–19
Latente Steuern auf die Veränderung der Marktbewertung von Cashflow Hedges	1	6
<i>Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags aus der Marktbewertung von Cashflow Hedges</i>	<i>–3</i>	<i>–13</i>
Veränderung der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	-	1
Latente Steuern auf die Veränderung der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	-	-
<i>Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags aus der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten</i>	<i>-</i>	<i>1</i>
<i>Unterschiede aus der Währungsumrechnung</i>	<i>–14</i>	<i>8</i>
Übrige direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen	–10	–6
Latente Steuern auf übrige direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen	-	-
<i>Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags aus übrigen im Eigenkapital erfassten Erträgen und Aufwendungen</i>	<i>–10</i>	<i>–6</i>
<b>Sonstiges Ergebnis nach Steuern</b>	<b>–27</b>	<b>–10</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>265</b>	<b>179</b>
Davon entfallen auf		
– Anteilseigner der Beiersdorf AG	267	183
– Andere Gesellschafter	–2	–4

# Bilanz

(in Mio. €)

	31.12.2008	30.06.2008*	30.06.2009
<b>AKTIVA</b>			
Immaterielle Vermögenswerte	389	345	385
Sachanlagen	727	699	730
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	11	6	13
Sonstige langfristige Vermögenswerte	4	3	5
Latente Steueransprüche	36	39	39
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.167</b>	<b>1.092</b>	<b>1.172</b>
Vorräte	634	663	590
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	894	1.020	1.093
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	128	96	90
Ertragsteuerforderungen	45	36	49
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	81	108	106
Wertpapiere	897	-	805
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	613	1.136	604
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen	-	12	-
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>3.292</b>	<b>3.071</b>	<b>3.337</b>
	<b>4.459</b>	<b>4.163</b>	<b>4.509</b>
<b>PASSIVA</b>			
Anteile der Anteilseigner der Beiersdorf AG	2.450	2.168	2.429
Anteile anderer Gesellschafter	10	6	6
<b>Eigenkapital</b>	<b>2.460</b>	<b>2.174</b>	<b>2.435</b>
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	235	259	228
Sonstige langfristige Rückstellungen	131	125	126
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	72	57	28
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	6	7	6
Latente Steuerverbindlichkeiten	155	113	149
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>	<b>599</b>	<b>561</b>	<b>537</b>
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	363	453	427
Ertragsteuerverbindlichkeiten	99	95	99
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	690	630	751
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	174	172	168
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	74	78	92
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>1.400</b>	<b>1.428</b>	<b>1.537</b>
	<b>4.459</b>	<b>4.163</b>	<b>4.509</b>

\* Angepasste Vorjahreswerte.

# Kapitalflussrechnung

(in Mio. €)

	01.01.–30.06.2008	01.01.–30.06.2009
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>407</b>	<b>291</b>
Auszahlungen für Ertragsteuern	–106	–110
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen	52	55
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)	–18	–13
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen	–43	–
<b>Brutto-Cashflow</b>	<b>292</b>	<b>223</b>
Veränderung der Vorräte	–65	44
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	–243	–207
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen	156	129
<b>Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit</b>	<b>140</b>	<b>189</b>
Auszahlungen für Investitionen	–65	–59
Einzahlungen aus Desinvestitionen	91	5
Auszahlungen für den Erwerb von Wertpapieren	–	–401
Einzahlungen aus dem Verkauf von Wertpapieren	–	491
Zinseinzahlungen	21	10
Dividenden- und sonstige Finanzeinzahlungen	3	5
<b>Cashflow aus investiver Tätigkeit</b>	<b>50</b>	<b>51</b>
<b>Free-Cashflow</b>	<b>190</b>	<b>240</b>
Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten	91	80
Auszahlungen aus der Tilgung von Krediten	–82	–109
Zinsauszahlungen	–5	–6
Sonstige Finanzauszahlungen	–8	–12
Auszahlung Dividende Beiersdorf AG	–159	–204
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>–163</b>	<b>–251</b>
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	–8	2
<b>Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>19</b>	<b>–9</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.</b>	<b>1.117</b>	<b>613</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.06.</b>	<b>1.136</b>	<b>604</b>

## 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. 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 2009 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt. Der Konzernzwischenabschluss sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008 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 2008 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 2008. Es haben sich im ersten Halbjahr 2009 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

### Corporate Governance

Die Entsprechenserklärung von Aufsichtsrat und Vorstand für das Geschäftsjahr 2008 zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 Aktiengesetz wurde Ende Dezember 2008 abgegeben und ist über unsere Internetseite [www.Beiersdorf.de](http://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 2009

Beiersdorf AG

Der Vorstand

# Finanzkalender

## TERMINE

03. November 2009	Zwischenbericht Januar bis September 2009, Finanzanalystenkonferenz
Januar 2010	Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten
Februar/März 2010	Veröffentlichung Geschäftsbericht 2009, Bilanzpressekonferenz, Finanzanalystenkonferenz
29. April 2010	Hauptversammlung
Mai 2010	Zwischenbericht Januar bis März 2010
August 2010	Zwischenbericht Januar bis Juni 2010
November 2010	Zwischenbericht Januar bis September 2010, Finanzanalystenkonferenz

Registerbericht Hamburg HRB 1787

# Impressum

## HERAUSGEBER

**Beiersdorf Aktiengesellschaft**  
Unnastraße 48, 20245 Hamburg

## REDAKTION UND KONZEPT

**Corporate Identity:**  
Telefon: +49 40 4909-2102,  
E-Mail: CI@Beiersdorf.com

## WEITERE INFORMATIONEN

**Corporate Media Relations:**  
Telefon: +49 40 4909-3077,  
E-Mail: Corporate-Media-Relations@Beiersdorf.com

**Investor Relations:**  
Telefon: +49 40 4909-5000,  
E-Mail: Investor.Relations@Beiersdorf.com

Beiersdorf im Internet: [www.Beiersdorf.de](http://www.Beiersdorf.de)



Der Zwischenbericht liegt auch in englischer Sprache vor und ist im Internet als Onlineversion unter [www.Beiersdorf.de/Zwischenbericht](http://www.Beiersdorf.de/Zwischenbericht) verfügbar.



## Aktuelle Informationen

Wenn Sie mehr über Beiersdorf erfahren möchten, besuchen Sie uns im Internet. Auf unserer Internetseite können Sie neben den neuesten Zahlen, Fakten und Pressemitteilungen auch erleben, was uns darüber hinaus bewegt: Emotionen und Innovationen rund um unsere Marken.

 [www.Beiersdorf.de](http://www.Beiersdorf.de)

