

BDF ●●●●●

Beiersdorf

Passion for Skin & Beauty Care

Zwischenbericht

Januar – September 2009

Erfolgreich mit medizinischer Hautpflege:
Eucerin auf Wachstumskurs.



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
- 13 Mitarbeiter, Chancen und Risiken
- 14 Ausblick 2009

Zwischenabschluss Konzern

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

HÖHEPUNKTE



(1)



(2)



(3)



(4)

(1) Neues Dachmarkenlogo für NIVEA.

Von 14 Submarken zu einer starken Dachmarke: Mit dieser Strategie wird derzeit das neue NIVEA-Dachmarkenlogo schrittweise eingeführt. Bis 2011 werden alle Produktkategorien das neue Logo tragen und dem Verbraucher ein einheitlicheres Markenbild vermitteln. Lediglich NIVEA VISAGE, NIVEA FOR MEN, NIVEA Baby und NIVEA SUN werden ihre Submarkennamen im Logo behalten.

(2) 30 Jahre Trainee-Programm „BEYOND BORDERS“.

Das internationale Trainee-Programm von Beiersdorf feiert 2009 sein 30-jähriges Bestehen. Mehr als 300 Hochschulabsolventen haben bislang an dem 18-monatigen Programm – samt Auslandseinsatz – teilgenommen und damit den Einstieg in eine internationale Karriere in den Bereichen Marketing/Sales, Human Resources, Supply Chain oder Finance/Controlling geschafft.

(3) NIVEA Hair Styling in neuen Ländern eingeführt.

Nach NIVEA Hair Care hat Beiersdorf nun auch NIVEA Hair Styling in vielen neuen Ländern etabliert. Die Einführung in Schweden, Norwegen, Finnland, Dänemark, Russland und Portugal wurde durch vielfältige Kommunikationsaktivitäten begleitet und verfolgt das Ziel, das Image sowie die Marktposition von NIVEA zu stärken und eine jüngere Zielgruppe anzusprechen.

(4) Auszeichnung für NIVEA FOR MEN DNAge-Kampagne.

Die Werbekampagne „Good Investment“ für NIVEA FOR MEN DNAge hat gleich zwei Auszeichnungen erhalten: den silbernen GWA-Effie, den Werbepreis für effiziente Markenkommunikation für Deutschland, und den internationalen Kommunikationspreis, den Euro-Effie, in Bronze. Beide Auszeichnungen würdigen die Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit der Marketing-Kommunikation.

ZUM TITEL

Erfolgreich mit medizinischer Hautpflege: Eucerin auf Wachstumskurs.

Medizinische Hautpflege, die auf fundierter Hautforschung basiert – das ist das Konzept unserer erfolgreichen Marke Eucerin. Sie genießt das Vertrauen von Apothekern und Verbrauchern gleichermaßen. Das zeigt sich insbesondere in den ausgezeichneten Wachstumsraten der Produktränge: Mit einem globalen Umsatzplus von 8,6% (Jan. – Sept. 2009) ist Eucerin auf dem Weg zur führenden Marke für Dermo-Kosmetik. Besonders stark entwickelt sich der Bereich der Gesichtspflege. Hier will Eucerin den Marktanteil durch neue Produkte, wie die neue Aquaporin Active-Serie, weiter ausbauen. Die Innovation ist inspiriert von der nobelpreisgewürdigten Entdeckung von Aquaporinen. Diese bewirken, dass die Haut noch intensiver mit Feuchtigkeit versorgt wird.

Geschäftsentwicklung im Überblick

Unternehmensbereiche mit positivem Trend

- » Consumer Umsatz wächst (organisch) um 0,9 %
- » tesa erhöht Marktanteile in schwierigem Umfeld
- » Konzern EBIT-Umsatzrendite bei 10,0 %
- » Konzernergebnis nach Steuern bei 289 Mio. €

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2009

- » Consumer Umsatz (organisch) leicht über Vorjahr
- » Consumer EBIT-Umsatzrendite bei etwa 11 %
- » tesa EBIT-Umsatzrendite mit mindestens 2 % deutlich positiv

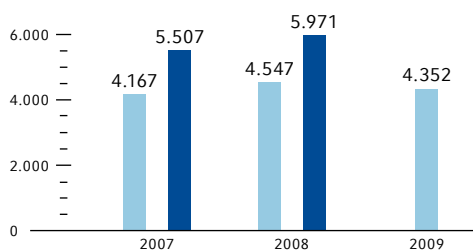
Beiersdorf auf einen Blick

(in Mio. €, sofern nicht anders angegeben)

| | 01.01.–30.09.2008 | 01.01.–30.09.2009 |
|--|-------------------|-------------------|
| Umsatz Konzern | 4.547 | 4.352 |
| Veränderung zum Vorjahr in % (organisch) | 8,5 | –1,7 |
| Umsatz Consumer | 3.892 | 3.809 |
| Veränderung zum Vorjahr in % (organisch) | 9,2 | 0,9 |
| Umsatz tesa | 655 | 543 |
| Veränderung zum Vorjahr in % (organisch) | 4,8 | –16,9 |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)* | 548 | 435 |
| EBIT-Umsatzrendite in % * | 12,1 | 10,0 |
| Ergebnis nach Steuern | 402 | 289 |
| Umsatzrendite nach Steuern in % | 8,8 | 6,6 |
| Ergebnis je Aktie in € | 1,76 | 1,25 |
| Brutto-Cashflow | 431 | 337 |
| Investitionen (inkl. langfristiger Finanzinvestitionen) | 111 | 86 |
| Aufwendungen für Forschung und Entwicklung | 109 | 110 |
| Mitarbeiter (Anzahl am 30.09.) | 21.732 | 21.436 |

UMSATZ KONZERN (in Mio. €)

■ 01.01.–30.09. ■ Gesamtjahr

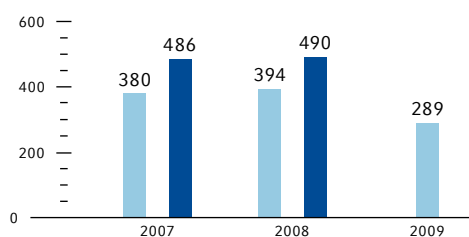


Wachstum
(organisch)
in %

9,4 9,1 8,5 7,5 –1,7

ERGEBNIS NACH STEUERN* (in Mio. €)

■ 01.01.–30.09. ■ Gesamtjahr



Umsatzrendite
nach Steuern*
in %

9,1 8,8 8,7 8,2 6,6

* Ohne Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain (2008).

Segmente im Überblick

Geschäftsentwicklung nach Unternehmensbereichen

| UMSATZ (in Mio. €) | 01.07.–30.09.2008 | | 01.07.–30.09.2009 | | 01.01.–30.09.2008 | | 01.01.–30.09.2009 | | Entwicklung in % | |
|-----------------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|------------------|----------------------|
| | | Anteil in % | | Anteil in % | | Anteil in % | | Anteil in % | nominal | wechselkursbereinigt |
| Consumer | 1.243 | 85,4 | 1.216 | 86,2 | 3.892 | 85,6 | 3.809 | 87,5 | -2,1 | -1,3 |
| tesa | 213 | 14,6 | 195 | 13,8 | 655 | 14,4 | 543 | 12,5 | -17,1 | -16,9 |
| Gesamt | 1.456 | 100,0 | 1.411 | 100,0 | 4.547 | 100,0 | 4.352 | 100,0 | -4,3 | -3,6 |

| EBITDA (in Mio. €) | 01.07.–30.09.2008 | | 01.07.–30.09.2009 | | 01.01.–30.09.2008 | | 01.01.–30.09.2009 | | Entwicklung in % | |
|-----------------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|------------------|--|
| | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | nominal | |
| Consumer | 152 | 12,3 | 162 | 13,2 | 551 | 14,2 | 490 | 12,8 | -11,3 | |
| tesa | 30 | 14,0 | 11 | 5,8 | 90 | 13,7 | 29 | 5,4 | -67,6 | |
| Gesamt | 182 | 12,5 | 173 | 12,2 | 641 | 14,1 | 519 | 11,9 | -19,2 | |

| BETRIEBLICHES ERGEBNIS (EBIT) (in Mio. €) | 01.07.–30.09.2008 | | 01.07.–30.09.2009 | | 01.01.–30.09.2008 | | 01.01.–30.09.2009 | | Entwicklung in % | |
|--|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|------------------|--|
| | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | nominal | |
| Consumer | 131 | 10,5 | 139 | 11,3 | 489 | 12,6 | 423 | 11,1 | -13,7 | |
| Consumer (ohne Sondereffekte) * | 133 | 10,7 | 139 | 11,3 | 476 | 12,2 | 423 | 11,1 | -11,3 | |
| tesa | 23 | 10,9 | 5 | 2,9 | 72 | 11,0 | 12 | 2,3 | -82,8 | |
| Gesamt | 154 | 10,6 | 144 | 10,2 | 561 | 12,3 | 435 | 10,0 | -22,6 | |
| Gesamt (ohne Sondereffekte) * | 156 | 10,7 | 144 | 10,2 | 548 | 12,1 | 435 | 10,0 | -20,7 | |

| BRUTTO-CASHFLOW (in Mio. €) | 01.07.–30.09.2008 | | 01.07.–30.09.2009 | | 01.01.–30.09.2008 | | 01.01.–30.09.2009 | | Entwicklung in % | |
|--------------------------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|------------------|--|
| | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | nominal | |
| Consumer | 116 | 9,4 | 102 | 8,4 | 363 | 9,3 | 308 | 8,1 | -15,2 | |
| tesa | 23 | 10,9 | 12 | 6,1 | 68 | 10,4 | 29 | 5,3 | -57,6 | |
| Gesamt | 139 | 9,6 | 114 | 8,1 | 431 | 9,5 | 337 | 7,7 | -21,9 | |

Geschäftsentwicklung nach Regionen

| UMSATZ (in Mio. €) | 01.07.–30.09.2008 | | 01.07.–30.09.2009 | | 01.01.–30.09.2008 | | 01.01.–30.09.2009 | | Entwicklung in % | |
|-------------------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|------------------|----------------------|
| | | Anteil in % | | Anteil in % | | Anteil in % | | Anteil in % | nominal | wechselkursbereinigt |
| Europa | 976 | 67,0 | 908 | 64,4 | 3.171 | 69,7 | 2.900 | 66,6 | -8,6 | -5,4 |
| Amerika | 208 | 14,3 | 220 | 15,6 | 598 | 13,1 | 612 | 14,1 | 2,5 | 1,5 |
| Afrika/Asien/Australien | 272 | 18,7 | 283 | 20,0 | 778 | 17,2 | 840 | 19,3 | 7,9 | -0,3 |
| Gesamt | 1.456 | 100,0 | 1.411 | 100,0 | 4.547 | 100,0 | 4.352 | 100,0 | -4,3 | -3,6 |

| BETRIEBLICHES ERGEBNIS (EBIT) (in Mio. €) | 01.07.–30.09.2008 | | 01.07.–30.09.2009 | | 01.01.–30.09.2008 | | 01.01.–30.09.2009 | | Entwicklung in % | |
|--|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|------------------|--|
| | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | nominal | |
| Europa | 145 | 14,8 | 119 | 13,2 | 518 | 16,3 | 398 | 13,7 | -23,1 | |
| Europa (ohne Sondereffekte) * | 147 | 15,1 | 119 | 13,2 | 505 | 15,9 | 398 | 13,7 | -21,1 | |
| Amerika | 10 | 5,2 | 14 | 6,1 | 16 | 2,8 | 14 | 2,2 | -17,1 | |
| Afrika/Asien/Australien | -1 | -0,5 | 11 | 3,6 | 27 | 3,5 | 23 | 2,7 | -16,5 | |
| Gesamt | 154 | 10,6 | 144 | 10,2 | 561 | 12,3 | 435 | 10,0 | -22,6 | |
| Gesamt (ohne Sondereffekte) * | 156 | 10,7 | 144 | 10,2 | 548 | 12,1 | 435 | 10,0 | -20,7 | |

* Ohne Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain (2008).

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

Die Beiersdorf Aktie

Der starke Abschwung der Weltwirtschaft in den ersten beiden Quartalen 2009 ging im abgelaufenen dritten Quartal nach Ansicht vieler Marktteilnehmer in eine Stabilisierungsphase über. Neben positiven Signalen aus den sich entwickelnden Ländern wurden auch erste Zeichen einer Besserung der wirtschaftlichen Gesamtlage in den anderen Regionen wahrgenommen. Nach dem extremen Rückgang des Welt-handels brachte das dritte Quartal eine Stabilisierung, allerdings noch auf einem sehr niedrigen Niveau. Vor allem die asiatischen Volkswirtschaften verzeichneten wieder einen Zuwachs ihrer Importe aus anderen Weltregionen. Der globale Einkaufsmanager-Index (PMI) stieg in den letzten Monaten deutlich an und näherte sich der so genannten Expansions-/Kontraktionsschwelle, deren Überschreiten im Allgemeinen als Signal für eine Trendumkehr und damit eine wieder steigende Industrieproduktion wahrgenommen wird. Die umfangreichen Maßnahmen der Geld- und Fiskalpolitik zeigten zudem stabilisierende Wirkung in den Märkten und spiegelten sich in zunehmender Zuversicht bei Verbrauchern und Unternehmen.



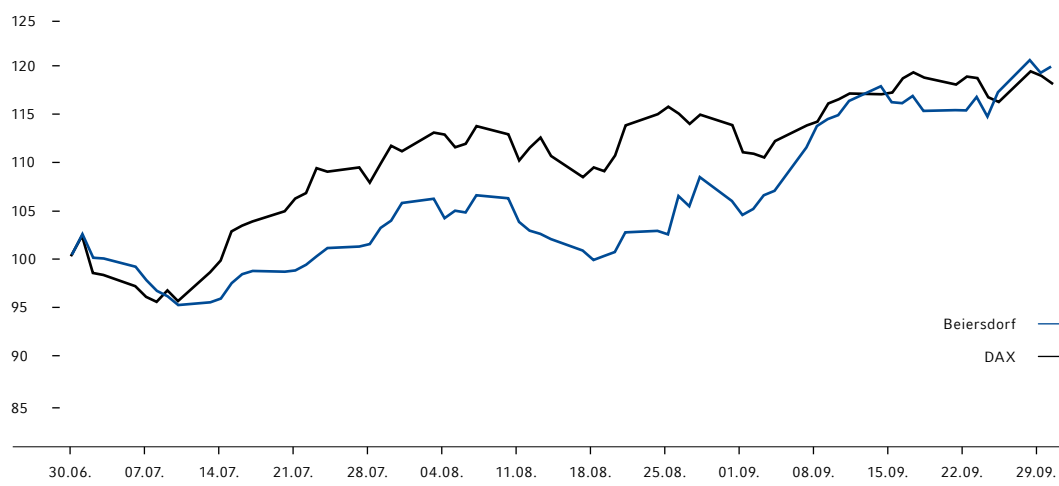
Beiersdorf.de/
IR

Auf den wichtigsten Aktienmärkten verstärkte sich im dritten Quartal der weltweite Aufwärtstrend des Vorquartals, der im März 2009 seinen Anfang genommen hatte. Dies reflektierte die zunehmende globale Risikobereitschaft auf der Basis veränderter Markterwartungen. Viele Marktteilnehmer korrigierten ihre Wachstumsannahmen für die Weltwirtschaft in den folgenden Monaten nach oben, gleichzeitig nahm die Unsicherheit und damit die Volatilität der Aktienmärkte deutlich ab – belegt durch sinkende Optionspreise in den letzten Monaten. Auf dem deutschen Markt stieg der DAX zum Ende des dritten Quartals 2009 auf 5.675 Punkte und lag damit um 18 % über dem Schluss des Vorquartals.

Die Beiersdorf Aktie konnte im dritten Quartal 2009 einen erheblichen Kursanstieg verzeichnen, wobei ihre Entwicklung gegenüber dem deutschen Leitindex sich mehrfach wendete. Nach einer unterproportionalen Entwicklung zur Quartalsmitte drehte sich der Trend und zeigte mit einer kurzen plateauförmigen Unterbrechung im September bis zum Quartalsende klar nach oben. Hierfür waren im Wesentlichen zwei Faktoren ursächlich: Die am 4. August 2009 veröffentlichten Halbjahreszahlen wurden vom Kapitalmarkt noch nicht als Wendepunkt im diesjährigen Geschäftsverlauf interpretiert, so dass zunächst eine gedämpfte Marktreaktion zu verzeichnen war. Die Zuversicht des Markts nahm allerdings in den folgenden Wochen deutlich zu und führte zu starkem Informationsbedarf der Investoren hinsichtlich Geschäftsverlauf und -strategie von Beiersdorf. Dem trugen viele Gespräche des Managements mit Investorengruppen in Hamburg und Ende September auf einer Konferenz in London Rechnung. Auch eine wieder positivere Einschätzung durch Analysten und damit verbundene Upgrades von Zielpreisen und Kaufempfehlungen unterstützten den Aufwärtstrend. Unsere Aktie schloss am 30. September 2009 bei einem Kurs von 40,13 €.

ENTWICKLUNG DER BEIERSDORF AKTIE IM ZEITRAUM VON JULI – SEPTEMBER 2009

(relative Veränderung in %)



Zwischenlagebericht Konzern

Ertragslage Konzern

- » Umsatz (organisch) um 1,7 % unter Vorjahr
- » EBIT-Umsatzrendite bei 10,0 %
- » Ergebnis nach Steuern bei 289 Mio. €

Der Konzernumsatz lag in den ersten neun Monaten organisch, d.h. bereinigt um Wechselkursveränderungen und ohne die Einbeziehung der Vorjahresumsätze unserer Divestments (BODE Gruppe, Futuro Geschäft), um 1,7 % unter dem Vorjahreswert. Der Unternehmensbereich Consumer zeigte ein organisches Wachstum von +0,9 % gegenüber dem Vorjahr. tesa verzeichnete einen Umsatzrückgang von 16,9 %. Nur um Wechselkurseffekte bereinigt betrug der Umsatzrückgang im Konzern 3,6 %. Zu aktuellen Wechselkursen lag er um 4,3 % unter dem Vorjahr und erreichte 4.352 Mio. € (Vorjahr: 4.547 Mio. €).

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (in Mio. €)

| | 01.01.–30.09.2008 | 01.01.–30.09.2009 |
|--|-------------------|-------------------|
| Umsatzerlöse | 4.547 | 4.352 |
| Kosten der umgesetzten Leistungen | –1.484 | –1.421 |
| Brutto-Ergebnis vom Umsatz | 3.063 | 2.931 |
| Marketing- und Vertriebskosten | –2.169 | –2.109 |
| Forschungs- und Entwicklungskosten | –109 | –110 |
| Allgemeine Verwaltungskosten | –215 | –212 |
| Sonstiges betriebliches Ergebnis | –22 | –65 |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte) | 548 | 435 |
| Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain | 13 | - |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | 561 | 435 |
| Finanzergebnis | 29 | - |
| Ergebnis vor Steuern | 590 | 435 |
| Ertragsteuern | –188 | –146 |
| Ergebnis nach Steuern | 402 | 289 |
| Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €) | 1,76 | 1,25 |

Der Konzern erreichte ein betriebliches Ergebnis (EBIT) von 435 Mio. € (Vorjahr ohne Sondereffekte: 548 Mio. €). Dies entspricht einer EBIT-Rendite von 10,0 % (Vorjahr: 12,1 %). Investitionen in Marketing sowie Forschung und Entwicklung wurden aufrechterhalten. Zur EBIT-Sicherung wurden in den Unternehmensbereichen kostenbegrenzende und kostensenkende Maßnahmen eingeleitet.

Das Finanzergebnis war ausgeglichen (Vorjahr: 29 Mio. €). Ursächlich für den Rückgang der Erträge ist im Wesentlichen das deutlich gesunkene Zinsniveau.

Das Ergebnis nach Steuern belief sich auf 289 Mio. € (Vorjahr: 402 Mio. €). Die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern betrug 6,6 % (Vorjahr: 8,8 %). Das Ergebnis je Aktie, bezogen auf 226.818.984 Stück, lag bei 1,25 € (Vorjahr: 1,76 €).

Ertragslage Unternehmensbereiche

Consumer

- » Umsatz wächst (organisch) um 0,9 %
- » EBIT-Umsatzrendite Consumer bei 11,1 %

CONSUMER (01.01.–30.09., in Mio. €)

| | Europa | Amerika | Afrika/Asien/ Australien | Gesamt |
|-------------------------------------|--------|---------|-----------------------------|--------|
| Umsatz 2009 | 2.505 | 552 | 752 | 3.809 |
| Entwicklung (organisch) | -1,3 % | 8,9 % | 3,3 % | 0,9 % |
| Entwicklung (wechsellkursbereinigt) | -3,3 % | 3,5 % | 2,9 % | -1,3 % |
| Entwicklung (nominal) | -6,8 % | 4,4 % | 11,4 % | -2,1 % |
| EBIT 2009 | 401 | 10 | 12 | 423 |
| EBIT-Umsatzrendite 2009 | 16,0 % | 1,8 % | 1,6 % | 11,1 % |
| EBIT 2008 * | 455 | 11 | 10 | 476 |
| EBIT-Umsatzrendite 2008 * | 16,9 % | 2,1 % | 1,4 % | 12,2 % |

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

Der Umsatz erreichte ein organisches Wachstum von +0,9 %. Damit hat sich die Umsatzentwicklung gegenüber den ersten Quartalen verbessert. Bereinigt um Wechselkursveränderungen verringerte sich der Umsatz in den ersten neun Monaten um 1,3 %. Zu aktuellen Kursen erreichte der Umsatz im Unternehmensbereich Consumer nominal 3.809 Mio. € und lag damit um 2,1 % unter dem Vorjahr (3.892 Mio. €).

Der NIVEA-Umsatz weltweit erhöhte sich (organisch) um +1,3 %. Im Vergleich zum starken Vorjahreszeitraum entwickelten sich NIVEA Bath Care, NIVEA DEODORANT und NIVEA Hair Styling positiv. Unsere Marke La Prairie im Luxussegment spürte die Folgen der negativen wirtschaftlichen Entwicklungen besonders, allerdings verbesserte sich die Umsatzentwicklung gegenüber dem ersten Halbjahr deutlich. Der Umsatz lag dennoch deutlich unter dem Vorjahr. Eucerin setzte die positive Umsatzentwicklung fort und erreichte ein erfreuliches Umsatzwachstum von 8,6 %.

Das EBIT lag bei 423 Mio. € (Vorjahr ohne Sondereffekte: 476 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite betrug 11,1 % (Vorjahr: 12,2 %).

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG EUROPA (01.01.–30.09., in Mio. €)

| | Deutschland | Westeuropa (ohne Deutschland) | Osteuropa | Gesamt |
|-------------------------------------|-------------|----------------------------------|-----------|--------|
| Umsatz 2009 | 714 | 1.368 | 423 | 2.505 |
| Entwicklung (organisch) | 3,4 % | –4,5 % | 1,6 % | –1,3 % |
| Entwicklung (wechsellkursbereinigt) | –3,2 % | –4,9 % | 0,9 % | –3,3 % |
| Entwicklung (nominal) | –3,2 % | –5,8 % | –15,0 % | –6,8 % |

Der Consumer Umsatz in der Region **Europa** blieb auf vergleichbarer Basis (organisch) um 1,3 % unter dem Vorjahreswert. Nur bereinigt um Wechselkursveränderungen lag der Umsatzrückgang bei 3,3 %. Zu aktuellen Wechselkursen verringerte sich der Umsatz um 6,8 % auf 2.505 Mio. € (Vorjahr: 2.688 Mio. €).

Bereinigt um die Vorjahresumsätze der Ende 2008 verkauften BODE Gruppe und des Futuro Geschäfts verzeichnete der Unternehmensbereich Consumer in **Deutschland** ein organisches Umsatzwachstum von +3,4 %. Sehr erfreulich entwickelten sich die Umsätze von NIVEA Shower, NIVEA DEODORANT und NIVEA Hair Care. Eucerin und Florena lagen ebenfalls über den guten Vorjahreswerten. NIVEA FOR MEN und NIVEA Body Care hingegen zeigten eine leicht rückläufige Tendenz.

In **Westeuropa** lag die (organische) Umsatzentwicklung bei –4,5 %. Dies bedeutete eine leichte Verbesserung gegenüber dem ersten Halbjahr (–5,2 %). Die Schweiz (+2,3 %) und die Nordic/Baltic Gruppe (+3,4 %) konnten ein Umsatzplus erzielen, Italien erreichte das gute Vorjahresniveau. Umsatzeinbußen wurden in der Benelux/Frankreich Gruppe (–4,1 %) und der UK/Irland Gruppe (–5,0 %) verzeichnet. Der Umsatzrückgang bei der La Prairie Gruppe (–18,9 %) fiel deutlich aus. Die Umsätze mit NIVEA DEODORANT und NIVEA Shower erhöhten sich. Die übrigen Kategorien der Marke NIVEA erreichten die Höhe der Vorjahresumsätze nicht. Eucerin erzielte ein solides Wachstum.

In **Osteuropa** stieg der Umsatz (organisch) um +1,6 %. Die Russland/Ukraine Gruppe zeigte ein Wachstum von +8,6 %, Polen eines von +1,5 %. Besonders positiv entwickelten sich in dieser Region NIVEA Shower, NIVEA DEODORANT, NIVEA Baby und Eucerin. Die Umsätze mit NIVEA VISAGE, NIVEA Hair Care und NIVEA Body Care waren rückläufig.

Das Consumer EBIT in Europa erreichte 401 Mio. € (Vorjahr ohne Sondereffekte: 455 Mio. €). Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite betrug 16,0 % (Vorjahr: 16,9 %).

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG AMERIKA (01.01.–30.09., in Mio. €)

| | Nordamerika | Lateinamerika | Gesamt |
|-------------------------------------|-------------|---------------|--------|
| Umsatz 2009 | 221 | 331 | 552 |
| Entwicklung (organisch) | 1,3 % | 14,1 % | 8,9 % |
| Entwicklung (wechsellkursbereinigt) | -8,4 % | 12,3 % | 3,5 % |
| Entwicklung (nominal) | 0,2 % | 7,4 % | 4,4 % |

In der Region **Amerika** erreichten wir ein Umsatzwachstum (organisch) von +8,9 %. Nur bereinigt um Wechselkursveränderungen wurde ein Umsatzplus von 3,5 % erreicht. Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 552 Mio. € um +4,4 % über dem Vorjahreswert (529 Mio. €).

Die organische Umsatzentwicklung in **Nordamerika** lag um 1,3 % über dem Vorjahr. Mit Eucerin konnte ein starkes Wachstum erreicht werden. La Prairie hatte weiter unter den erheblichen Auswirkungen der Wirtschaftskrise in den USA zu leiden und zeigte deutliche Umsatzrückgänge. Die Erweiterung des Sortiments von NIVEA Shower und die Umsatzentwicklung von NIVEA Lip Care stärkten das Geschäft.

In **Lateinamerika** stiegen die Umsätze (organisch) um +14,1 %. Neben den wichtigen Märkten Mexiko (+9,2 %) und Brasilien (+12,3 %) trugen besonders die Anden Gruppe (+35,1 %) und Argentinien (+18,5 %) zum Wachstum bei. In dieser Schwerpunktregion entwickelten sich insbesondere NIVEA DEODORANT, NIVEA Body Care und NIVEA Seife sowie Eucerin sehr gut.

Das Consumer EBIT in Amerika lag bei 10 Mio. € (Vorjahr: 11 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite betrug 1,8 % (Vorjahr: 2,1 %).

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG AFRIKA/ASIEN/AUSTRALIEN (01.01.–30.09., in Mio. €)

| | Afrika/Asien/Australien |
|-------------------------------------|-------------------------|
| Umsatz 2009 | 752 |
| Entwicklung (organisch) | 3,3 % |
| Entwicklung (wechsellkursbereinigt) | 2,9 % |
| Entwicklung (nominal) | 11,4 % |

Die Region **Afrika/Asien/Australien** erreichte auf vergleichbarer Basis (organisch) ein Wachstum von +3,3 %. Nur bereinigt um Wechselkursveränderungen ergibt sich ein Umsatzplus von 2,9 %. Der Umsatz betrug nominal 752 Mio. € und lag damit um 11,4 % über dem Vorjahreswert (675 Mio. €).

Gute Umsatzsteigerungen in dieser Region erzielten unsere chinesischen Haarpflegemarken, NIVEA FOR MEN, Eucerin und, entgegen dem allgemeinen Trend, La Prairie. Die China Gruppe erreichte mit +13,4 % ein gutes Wachstum. Erfolgreich entwickelten sich auch die 2007 gegründeten La Prairie Gesellschaften in Korea (+74,1 %) und China (+27,7 %). Thailand zeigte eine Wachstumsrate von +7,4 %, erfolgreich waren hier insbesondere NIVEA DEODORANT, NIVEA FOR MEN und Eucerin. In Japan lag der Umsatz um 0,7 % unter dem Vorjahr. Umsatzsteigerungen von NIVEA Body Care und NIVEA FOR MEN konnten einen leichten Umsatzrückgang bei 8x4 nicht ganz ausgleichen.

Die EBIT-Entwicklung in dieser Region ist weiter durch die erweiterten Marketinginvestitionen in das chinesische Haarpflegegeschäft beeinflusst. Das EBIT betrug 12 Mio. € (Vorjahr: 10 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 1,6 % (Vorjahr: 1,4 %).

tesa

- » Verbesserte Umsatzentwicklung
- » EBIT-Umsatzrendite tesa bei 2,3 %



tesa.de

TESA (01.01.–30.09., in Mio. €)

| | Europa | Amerika | Afrika/Asien/ Australien | Gesamt |
|-------------------------------------|---------|---------|-----------------------------|---------|
| Umsatz 2009 | 395 | 60 | 88 | 543 |
| Entwicklung (organisch) | -16,5 % | -13,7 % | -20,9 % | -16,9 % |
| Entwicklung (wechsellkursbereinigt) | -16,5 % | -13,7 % | -20,9 % | -16,9 % |
| Entwicklung (nominal) | -18,4 % | -11,9 % | -14,8 % | -17,1 % |
| EBIT 2009 | -2 | 3 | 11 | 12 |
| EBIT-Umsatzrendite 2009 | -0,6 % | 6,3 % | 12,3 % | 2,3 % |
| EBIT 2008 | 50 | 5 | 17 | 72 |
| EBIT-Umsatzrendite 2008 | 10,2 % | 8,1 % | 16,9 % | 11,0 % |

Der tesa Umsatz lag nach neun Monaten im Jahr 2009 mit einer organischen Entwicklung von -16,9 % unter dem Vorjahr und verbesserte sich damit gegenüber der Entwicklung zum Halbjahr (-21,0 %). Zu aktuellen Kursen erreichte tesa einen Umsatz von 543 Mio. €. In einem weiterhin angespannten Marktumfeld setzte sich die Konsolidierung auf niedrigem Niveau fort.

Die Auswirkungen der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung waren stark im Geschäftsbereich Industrie, insbesondere bei Umsätzen mit Kunden der Automobilindustrie, zu spüren. Das Endverbrauchergeschäft zeigte sich weiterhin stabiler mit einer Entwicklung, die nur leicht unter dem Vorjahresniveau lag.

Die Umsatzrückgänge betrafen alle Regionen.

Das EBIT im Unternehmensbereich tesa lag bei 12 Mio. €, die EBIT-Umsatzrendite betrug 2,3 %.

Vermögenslage Konzern

BILANZ

| AKTIVA (in Mio. €) | 31.12.2008 | 30.09.2008 | 30.09.2009 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| Langfristige Vermögenswerte | 1.167 | 1.135 | 1.164 |
| Vorräte | 634 | 691 | 572 |
| Sonstige kurzfristige Vermögenswerte | 2.045 | 1.293 | 2.135 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 613 | 1.191 | 702 |
| | 4.459 | 4.310 | 4.573 |
| PASSIVA (in Mio. €) | 31.12.2008 | 30.09.2008 | 30.09.2009 |
| Eigenkapital | 2.460 | 2.306 | 2.521 |
| Langfristiges Fremdkapital | 599 | 556 | 545 |
| Kurzfristiges Fremdkapital | 1.400 | 1.448 | 1.507 |
| | 4.459 | 4.310 | 4.573 |

Die langfristigen Vermögenswerte haben sich im Vergleich zum 31. Dezember 2008 um 3 Mio. € auf 1.164 Mio. € reduziert. Die Investitionen lagen in den ersten neun Monaten des Jahres 2009 bei 86 Mio. € (Vorjahr: 111 Mio. €). Davon entfielen auf den Unternehmensbereich Consumer 58 Mio. € (Vorjahr: 91 Mio. €) und auf tesa 28 Mio. € (Vorjahr: 20 Mio. €). Die Abschreibungen beliefen sich auf 84 Mio. € (Vorjahr: 80 Mio. €). Der Vorratsbestand konnte durch konsequente Umsetzung von Supply Chain-Maßnahmen zur Bestandsreduktion um 62 Mio. € auf 572 Mio. € verringert werden. Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich auf 2.135 Mio. €. Im Vergleich zum Vorjahresquartal wurden zur Risikostreuung 944 Mio. € (Vorjahr: 131 Mio. €) von den liquiden Mitteln 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 54 Mio. € auf 545 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 war außerdem die operativ bedingte Erhöhung der sonstigen Rückstellungen. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen haben sich gegenüber dem Jahresende um 28 Mio. € reduziert.

FINANZIERUNGSSTRUKTUR (in %)



- Eigenkapital
- Langfristiges Fremdkapital
- Kurzfristiges Fremdkapital

Finanzlage Konzern

KAPITALFLUSSRECHNUNG (in Mio. €)

| | 01.01.–30.09.2008 | 01.01.–30.09.2009 |
|---|-------------------|-------------------|
| Brutto-Cashflow | 431 | 337 |
| Cashflow Nettoumlaufvermögen | –104 | 103 |
| Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit | 327 | 440 |
| Cashflow aus investiver Tätigkeit | –94 | –109 |
| Free-Cashflow | 233 | 331 |
| Cashflow aus Finanzierungstätigkeit | –162 | –242 |
| Wechselkurs- und sonstige Veränderungen | 3 | – |
| Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 74 | 89 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01. | 1.117 | 613 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.09. | 1.191 | 702 |

Der Brutto-Cashflow betrug 337 Mio. €. Der Mittelzufluss aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens lag bei 103 Mio. €. Ursache hierfür war im Wesentlichen die Verringerung der Vorräte um 62 Mio. €. Insgesamt lag der Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit bei 440 Mio. €. Der Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit betrug 109 Mio. €. Den Ausgaben für Investitionen in Höhe von 86 Mio. € und den Nettoauszahlungen für Wertpapiere in Höhe von 48 Mio. € standen Einnahmen aus dem Verkauf von Anlagevermögen in Höhe von 7 Mio. € sowie aus Zinsen und sonstige Finanzeinzahlungen in Höhe von 18 Mio. € gegenüber.

Der Free-Cashflow erreichte 331 Mio. €. Bedingt durch die Auszahlung der Dividende in Höhe von 204 Mio. €, die Rückführung von Finanzverbindlichkeiten um 14 Mio. € sowie durch Zins- und sonstige Finanzauszahlungen in Höhe von 24 Mio. € lag der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit bei 242 Mio. €. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erreichten 702 Mio. €.

Mitarbeiter

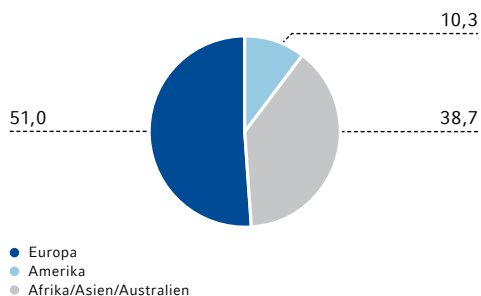
Die Zahl der Mitarbeiter hat sich gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2008 um 330 verringert und lag bei 21.436. Zum 30. September waren 17.641 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.795 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.



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

MITARBEITER NACH REGIONEN

(am 30.09.2009, Anteil in %)



Insgesamt: 21.436 Mitarbeiter am 30.09.2009.

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. September 2009 nicht.

Ausblick 2009

Wirtschaftliche Rahmenfaktoren

Die Entwicklung der Konjunktur des Jahres 2009 ist durch die Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise belastet. Für die verbleibenden Monate des Jahres erwarten wir keine wesentlichen Änderungen der aktuellen Tendenz. 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 aufgrund 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 Rückgangs, wobei sich die Entwicklung verlangsamen dürfte. Westeuropa und Nordamerika werden deutlich unter dem Vorjahr bleiben. In wesentlichen Industriebereichen wie der Automobil- und Elektroindustrie werden sich die Auswirkungen der Wirtschaftskrise weiter klar zeigen.

Geschäftsentwicklung

Für das Gesamtjahr 2009 gehen wir davon aus, dass wir für den **Konzern** die bisherige Umsatz- und Ertragsentwicklung des Geschäftsjahres fortsetzen können. Auf der Basis dieser aktuellen Entwicklungen wollen wir eine EBIT-Umsatzrendite von etwa 10 % für das Gesamtjahr erreichen. Die Umsatzrendite nach Steuern soll über 6 % liegen.

Der Unternehmensbereich **Consumer** soll auch 2009 weiter stärker wachsen als der Markt und einen Umsatz erreichen, der leicht über dem Vorjahr liegt. Organisches Wachstum sehen wir vor allem in China, Russland und Brasilien. Auf der Basis der aktuellen Einschätzung der Geschäftsentwicklung für die verbleibenden Monate streben wir eine EBIT-Umsatzrendite von etwa 11 % an.

Der Unternehmensbereich **tesa** geht weiter von einer schwierigen Absatzlage, besonders bei den industriellen Kunden, aus. Jedoch wird tesa seine starke Position in krisenbedingt insgesamt rückläufigen Märkten behaupten können. Die Umsatzentwicklung dürfte sich zumindest auf dem bestehenden Niveau stabilisieren. Die im Frühjahr vereinbarten Maßnahmen zur nachhaltigen Verbesserung der tesa Ertragskraft werden konsequent und schnell umgesetzt. Damit in Zusammenhang stehende Aufwendungen belasten das EBIT im Jahr 2009. Dennoch rechnet tesa damit, eine EBIT-Umsatzrendite (inklusive dieser Sonderbelastungen) von mindestens 2 % zu erreichen.

Hamburg, im November 2009

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Zwischenabschluss Konzern

Gewinn- und Verlustrechnung

(in Mio. €)

| | 01.07.–30.09.2008 | 01.07.–30.09.2009 | 01.01.–30.09.2008 | 01.01.–30.09.2009 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Umsatzerlöse | 1.456 | 1.411 | 4.547 | 4.352 |
| Kosten der umgesetzten Leistungen | –490 | –470 | –1.484 | –1.421 |
| Brutto-Ergebnis vom Umsatz | 966 | 941 | 3.063 | 2.931 |
| Marketing- und Vertriebskosten | –702 | –670 | –2.169 | –2.109 |
| Forschungs- und Entwicklungskosten | –37 | –37 | –109 | –110 |
| Allgemeine Verwaltungskosten | –73 | –67 | –215 | –212 |
| Sonstiges betriebliches Ergebnis | 2 | –23 | –22 | –65 |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte) | 156 | 144 | 548 | 435 |
| Sondereffekte aus der Neuausrichtung der Consumer Supply Chain | –2 | - | 13 | - |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | 154 | 144 | 561 | 435 |
| Finanzergebnis | 9 | –3 | 29 | - |
| Ergebnis vor Steuern | 163 | 141 | 590 | 435 |
| Ertragsteuern | –53 | –41 | –188 | –146 |
| Ergebnis nach Steuern | 110 | 100 | 402 | 289 |
| Ergebnis der Anteilseigner | 108 | 98 | 398 | 284 |
| Ergebnis anderer Gesellschafter | 2 | 2 | 4 | 5 |
| Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €) | 0,48 | 0,43 | 1,76 | 1,25 |

Gesamtergebnisrechnung

(in Mio. €)

| | 01.01.–30.09.2008 | 01.01.–30.09.2009 |
|---|-------------------|-------------------|
| Ergebnis nach Steuern | 402 | 289 |
| Veränderung der Marktbewertung von Cashflow Hedges | –8 | –23 |
| Latente Steuern auf die Veränderung der Marktbewertung von Cashflow Hedges | 3 | 7 |
| Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags aus der Marktbewertung von Cashflow Hedges | –5 | –16 |
| Veränderung der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten | - | 2 |
| Latente Steuern auf die Veränderung der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten | - | –1 |
| Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags aus der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten | - | 1 |
| Unterschiede aus der Währungsumrechnung | 12 | 1 |
| Übrige direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen | –16 | –10 |
| Latente Steuern auf übrige direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen | 2 | - |
| Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags aus übrigen im Eigenkapital erfassten Erträgen und Aufwendungen | –14 | –10 |
| Sonstiges Ergebnis nach Steuern | –7 | –24 |
| Gesamtergebnis | 395 | 265 |
| Davon entfallen auf | | |
| – Anteilseigner der Beiersdorf AG | 396 | 267 |
| – Andere Gesellschafter | –1 | –2 |

Bilanz

(in Mio. €)

| | 31.12.2008 | 30.09.2008* | 30.09.2009 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| AKTIVA | | | |
| Immaterielle Vermögenswerte | 389 | 359 | 380 |
| Sachanlagen | 727 | 719 | 726 |
| Langfristige finanzielle Vermögenswerte | 11 | 8 | 13 |
| Sonstige langfristige Vermögenswerte | 4 | 5 | 4 |
| Latente Steueransprüche | 36 | 42 | 41 |
| Langfristige Vermögenswerte | 1.167 | 1.133 | 1.164 |
| Vorräte | 634 | 691 | 572 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 894 | 938 | 970 |
| Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte | 128 | 107 | 77 |
| Ertragsteuerforderungen | 45 | 28 | 49 |
| Sonstige kurzfristige Vermögenswerte | 81 | 89 | 95 |
| Wertpapiere | 897 | 131 | 944 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 613 | 1.191 | 702 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | 3.292 | 3.175 | 3.409 |
| | 4.459 | 4.308 | 4.573 |
| PASSIVA | | | |
| Anteile der Anteilseigner der Beiersdorf AG | 2.450 | 2.296 | 2.513 |
| Anteile anderer Gesellschafter | 10 | 8 | 8 |
| Eigenkapital | 2.460 | 2.304 | 2.521 |
| Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen | 235 | 253 | 224 |
| Sonstige langfristige Rückstellungen | 131 | 124 | 128 |
| Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten | 72 | 59 | 31 |
| Sonstige langfristige Verbindlichkeiten | 6 | 6 | 5 |
| Latente Steuerverbindlichkeiten | 155 | 119 | 157 |
| Langfristiges Fremdkapital | 599 | 561 | 545 |
| Sonstige kurzfristige Rückstellungen | 363 | 494 | 490 |
| Ertragsteuerverbindlichkeiten | 99 | 108 | 78 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 690 | 573 | 662 |
| Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten | 174 | 180 | 186 |
| Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten | 74 | 88 | 91 |
| Kurzfristiges Fremdkapital | 1.400 | 1.443 | 1.507 |
| | 4.459 | 4.308 | 4.573 |

* Angepasste Vorjahreswerte.

Kapitalflussrechnung

(in Mio. €)

| | 01.01.–30.09.2008 | 01.01.–30.09.2009 |
|---|-------------------|-------------------|
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | 561 | 435 |
| Auszahlungen für Ertragsteuern | –138 | –165 |
| Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen | 80 | 83 |
| Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil) | –23 | –15 |
| Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen | –49 | –1 |
| Brutto-Cashflow | 431 | 337 |
| Veränderung der Vorräte | –96 | 62 |
| Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte | –159 | –63 |
| Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen | 151 | 104 |
| Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit | 327 | 440 |
| Auszahlungen für Investitionen | –111 | –86 |
| Einzahlungen aus Desinvestitionen | 112 | 7 |
| Auszahlungen für den Erwerb von Wertpapieren | –131 | –754 |
| Einzahlungen aus dem Verkauf von Wertpapieren | - | 706 |
| Zinseinzahlungen | - | 16 |
| Dividenden- und sonstige Finanzeinzahlungen | 36 | 2 |
| Cashflow aus investiver Tätigkeit | –94 | –109 |
| Free-Cashflow | 233 | 331 |
| Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten | 98 | 95 |
| Auszahlungen aus der Tilgung von Krediten | –82 | –109 |
| Zinsauszahlungen | –8 | –10 |
| Sonstige Finanzauszahlungen | –11 | –14 |
| Auszahlung Dividende Beiersdorf AG | –159 | –204 |
| Cashflow aus Finanzierungstätigkeit | –162 | –242 |
| Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands | 3 | - |
| Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 74 | 89 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01. | 1.117 | 613 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.09. | 1.191 | 702 |

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. September 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 bis zum 30. September 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 im September 2009 aktualisiert. Sie ist über unsere Internetseite www.Beiersdorf.de dauerhaft zugänglich.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

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

Hamburg, im November 2009

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Finanzkalender

TERMINE

| | |
|------------------|--|
| Januar 2010 | Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten |
| 4. März 2010 | Veröffentlichung Geschäftsbericht 2009, Bilanzpressekonferenz, Finanzanalystenkonferenz |
| 29. April 2010 | Hauptversammlung |
| 6. Mai 2010 | Zwischenbericht Januar bis März 2010 |
| 5. August 2010 | Zwischenbericht Januar bis Juni 2010 |
| 4. November 2010 | Zwischenbericht Januar bis September 2010, Finanzanalystenkonferenz |

Impressum

HERAUSGEBER

Beiersdorf Aktiengesellschaft
Unnastraße 48, 20245 Hamburg
Registergericht Hamburg HRB 1787

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

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



Mix
Produktgruppe aus vorbildlich
bewirtschafteten Wäldern und
Recyclingmaterialien
Zert.-Nr. GFA-COC-001674
www.fsc.org
© 1996 Forest Stewardship Council

klimateutralgedruckt 
www.natureOffice.com / DE-138-253918

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

