

Zwischenbericht

Januar – März 2010

NIVEA Sun: Innovativer Sonnenschutz.



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 2010

Zwischenabschluss Konzern

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

HÖHEPUNKTE IM ERSTEN QUARTAL



Beiersdorf organisiert sich neu.

Der Beiersdorf Vorstand hat die Weiterentwicklung der erfolgreichen Consumer Business Strategie beschlossen und dafür die beiden Kernelemente „Focus on skin care. Closer to markets“ definiert. In diesem Rahmen hat sich der Vorstand mit Wirkung zum 1. Mai 2010 neu aufgestellt und dabei drei funktionale und drei regionale Verantwortungsbereiche geschaffen.

» Lesen Sie mehr hierzu unter „Sonstige Angaben“ in diesem Zwischenbericht.



NIVEA Q10 macht sich fit für die Zukunft.

Seit mehr als zehn Jahren sind die Q10-Produkte von NIVEA Visage und NIVEA Body Care Bestseller auf der ganzen Welt. Um die starke Position zu sichern, hat Beiersdorf zu Beginn des Jahres die NIVEA Q10-Produktlinie einem großen internationalen Relaunch unterzogen. Zugleich wurde die Erweiterung der Produktränge vorangetrieben und kommunikativ begleitet.

» Mehr Informationen zu NIVEA Q10 finden Sie unter www.nivea.de/q10.



„Pflege, die berührt“ – Beiersdorf startet neue NIVEA-Kampagne.

Beiersdorf hat die Kommunikation für die Marke NIVEA neu aufgesetzt und stellt in der neuen Dachmarkenkampagne das Thema „Pflege“ als Kernwert der Marke in den Mittelpunkt. Mit dem neuen Marken-Claim „Pflege, die berührt“ wird die Nähe zu den NIVEA-Konsumenten weiter intensiviert und das für NIVEA-Produkte verbindende Element Pflege in der Werbung stärker herausgestellt.

» Mehr zu diesem Thema unter www.Beiersdorf.de/Pressemeldungen.



Most Trusted Brand: NIVEA hält Spitzenposition beim Verbrauchervertrauen.

Zum 6. Mal in Folge wurde NIVEA im Rahmen der renommierten Verbraucherstudie „Most Trusted Brands“ des Magazins „Reader's Digest“ im Hautpflege-sortiment zur vertrauenswürdigsten Marke gewählt. In allen 16 teilnehmenden europäischen Ländern gaben Verbraucher dem Markenklassiker Bestnoten – unter anderem für die Kriterien Preis-Leistungs-Verhältnis, Qualität und Image.

ZUM TITEL

NIVEA Sun: Innovativer Sonnenschutz.

NIVEA Sun, eine der weltweit führenden Marken im Bereich der Sonnenschutzprodukte, hat das Jahr 2010 mit einem Verpackungsrelaunch begonnen. Neben der neuen, geschwungenen Flaschenform und einem neuen Logo steht dabei die schnelle Orientierung und Information durch die größere Darstellung der Lichtschutzfaktoren im Vordergrund. Zudem hat NIVEA Sun drei neue Produkte auf den Markt gebracht: zwei transparente Gesichtsfuids sowie die „Swim & Play“-Schutzlotion für Kinder. Mit +17,6 % entwickelte sich die NIVEA-Kategorie NIVEA Sun im ersten Quartal 2010 ausgesprochen positiv.

Geschäftsentwicklung im Überblick

Beiersdorf wieder auf Wachstumskurs

- » Umsatz (+6,0 %) und EBIT (+28,2 %) deutlich über Vorjahr
- » Consumer Umsatz wächst (organisch) um 4,0 %
- » tesa erreicht Wachstum von 20,2 %
- » Konzernergebnis nach Steuern 122 Mio. €

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2010

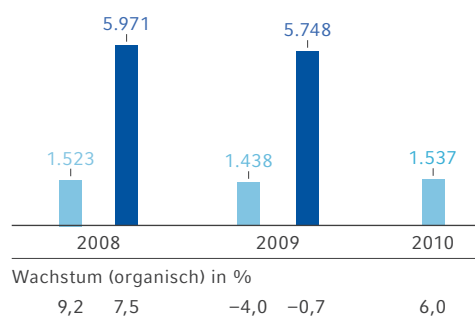
- » Umsatzwachstum Consumer stärker als der Markt
- » Consumer EBIT-Umsatzrendite deutlich über 11 %
- » Umsatzwachstum tesa stärker als der Markt
- » tesa EBIT-Umsatzrendite leicht über 8 %

Beiersdorf auf einen Blick

		01.01. – 31.03.2009	01.01. – 31.03.2010
Umsatz Konzern	(in Mio. €)	1.438	1.537
Veränderung zum Vorjahr (organisch)	(in %)	–4,0	6,0
Umsatz Consumer	(in Mio. €)	1.267	1.328
Veränderung zum Vorjahr (organisch)	(in %)	–0,5	4,0
Umsatz tesa	(in Mio. €)	171	209
Veränderung zum Vorjahr (organisch)	(in %)	–23,8	20,2
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	(in Mio. €)	145	186
Ergebnis nach Steuern	(in Mio. €)	100	122
Umsatzrendite nach Steuern	(in %)	6,9	7,9
Ergebnis je Aktie	(in €)	0,43	0,53
Brutto-Cashflow	(in Mio. €)	117	132
Investitionen (inklusive langfristige Finanzinvestitionen)	(in Mio. €)	27	17
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	(in Mio. €)	37	37
Mitarbeiter	(Anzahl am 31.03.)	21.866	20.728

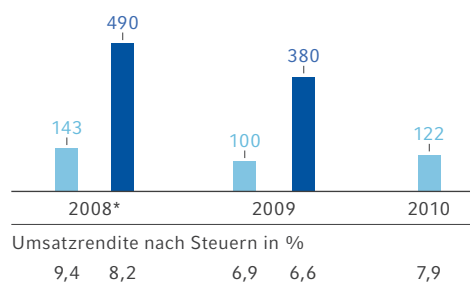
UMSATZ KONZERN // IN MIO. €

01.01. – 31.03. GESAMTJAHR



ERGEBNIS NACH STEUERN // IN MIO. €

01.01. – 31.03. GESAMTJAHR



* Ohne Sondereffekte.

Segmente im Überblick

Geschäftsentwicklung nach Unternehmensbereichen

UMSATZ // IN MIO. €	01.01. – 31.03.2009		01.01. – 31.03.2010		Veränderung in %	
		Anteil in %		Anteil in %	nominal	wechsellkurs-bereinigt
Consumer	1.267	88,1	1.328	86,4	4,8	4,0
tesa	171	11,9	209	13,6	22,7	20,2
Gesamt	1.438	100,0	1.537	100,0	6,9	6,0

EBITDA // IN MIO. €	01.01. – 31.03.2009		01.01. – 31.03.2010		Veränderung in %	
		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	nominal	
Consumer	166	13,1	185	13,9	12,9	
tesa	6	3,9	31	14,9	-	
Gesamt	172	12,0	216	14,1	26,8	

BETRIEBLICHES ERGEBNIS (EBIT) // IN MIO. €	01.01. – 31.03.2009		01.01. – 31.03.2010		Veränderung in %	
		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	nominal	
Consumer	144	11,3	161	12,1	12,0	
tesa	1	0,7	25	11,9	-	
Gesamt	145	10,1	186	12,1	28,2	

BRUTTO-CASHFLOW // IN MIO. €	01.01. – 31.03.2009		01.01. – 31.03.2010		Veränderung in %	
		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	nominal	
Consumer	110	8,7	107	8,1	-2,8	
tesa	7	3,8	25	11,7	-	
Gesamt	117	8,1	132	8,6	12,8	

Geschäftsentwicklung nach Regionen

UMSATZ // IN MIO. €	01.01. – 31.03.2009		01.01. – 31.03.2010		Veränderung in %	
		Anteil in %		Anteil in %	nominal	wechsellkurs-bereinigt
Europa	962	66,9	1.004	65,3	4,3	2,4
Amerika	198	13,7	228	14,8	15,2	21,7
Afrika/Asien/Australien	278	19,4	305	19,9	9,8	7,7
Gesamt	1.438	100,0	1.537	100,0	6,9	6,0

BETRIEBLICHES ERGEBNIS (EBIT) // IN MIO. €	01.01. – 31.03.2009		01.01. – 31.03.2010		Veränderung in %	
		in % vom Umsatz		in % vom Umsatz	nominal	
Europa	133	13,8	158	15,7	18,4	
Amerika	5	2,5	19	8,4	-	
Afrika/Asien/Australien	7	2,5	9	3,0	30,2	
Gesamt	145	10,1	186	12,1	28,2	

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

Die Beiersdorf Aktie

Die Weltwirtschaft verzeichnete im Laufe des Jahres 2009 nach einem starken Abschwung wieder positive Wachstumsraten, die sich zu Beginn des Jahres 2010 stabilisierten. Die aktuellen Indikatoren lassen auf eine sich fortsetzende Erholung schließen; diese Rückkehr zum Wachstum wird durch die von der Geld- und Finanzpolitik gesetzten Impulse sowie gestiegenes Verbrauchervertrauen getragen. Auch die globalen Arbeitsmarktindikatoren zeigten im ersten Quartal eine günstigere Tendenz, vor allem im verarbeitenden Gewerbe. Der globale Einkaufsmanager-Index stieg in den zurückliegenden Monaten saisonbereinigt weiter an, das Gesamtvolumen des Welthandels nahm gemäß den letzten verfügbaren Werten vor allem in Lateinamerika und Asien weiter zu. Vor dem Hintergrund positiverer Fundamentaldaten haben die Ölpreise gegenüber ihren Tiefständen des Vorjahrs deutlich angezogen und bewegten sich in einer Bandbreite zwischen 70 und 80 US-\$ je Barrel; die Marktteilnehmer rechnen mittelfristig mit weiter steigenden Ölpreisen.



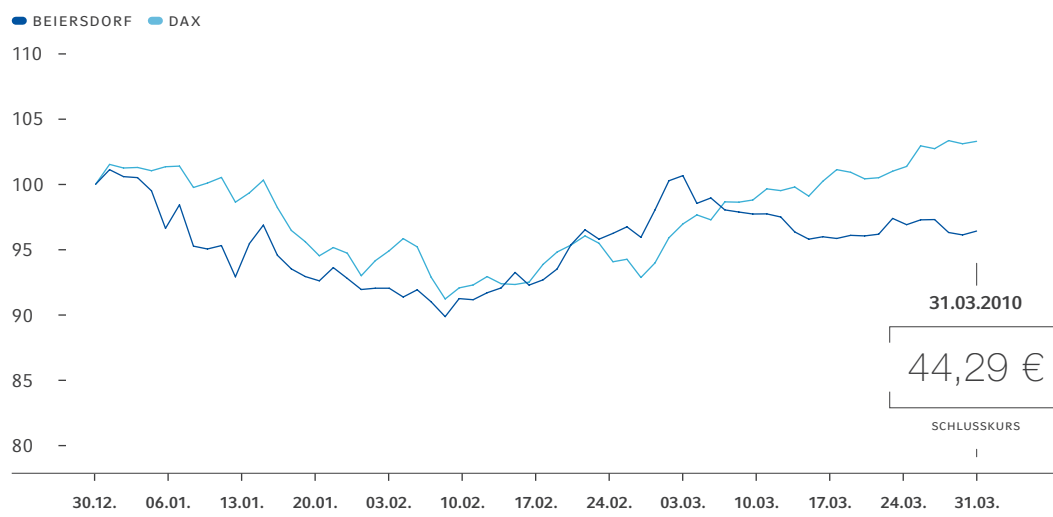
Beiersdorf.de/
IR

Die Entwicklung der internationalen Aktienmärkte war zu Beginn des zurückliegenden ersten Quartals zunächst noch von dem seit Mitte März 2009 anhaltenden umfassenden Aufwärtstrend beeinflusst. Zur Mitte des Quartals war eine deutlich verringerte Risikobereitschaft der Anleger erkennbar; hier verursachten in erster Linie die Nachrichten über instabile Volkswirtschaften innerhalb des Euroraums zeitweise erhebliche Unsicherheit. Die allmähliche Aufhellung der globalen Aussichten ließ jedoch gegen Quartalsende in Verbindung mit einer erkennbaren Verbesserung der Gewinnaussichten vieler Unternehmen die Kurse wieder ansteigen; der DAX beendete das erste Quartal bei einem Indexstand von 6.154 Punkten.

Die Beiersdorf Aktie zeigte im ersten Quartal einen uneinheitlichen Verlauf gegenüber dem deutschen Leitindex. Dies reflektierte unter anderem die unterschiedlichen Einschätzungen der Beobachter und Investoren hinsichtlich der weiteren Entwicklung des HPC-Sektors (Household and Personal Care), dem auch Beiersdorf angehört. In der Kommunikation mit dem Kapitalmarkt im ersten Quartal diskutierte das Management von Beiersdorf intensiv den Geschäftsverlauf des zurückliegenden Jahrs; die deutliche Verbesserung in Umsatz- und EBIT-Entwicklung im Verlauf der Quartale war dabei ein sehr wichtiges Thema. Plattformen für diese Gespräche waren neben zahlreichen Einzelgesprächen mit Anlegern und Analysten insbesondere die jährliche Investorenkonferenz in New York zu Jahresbeginn sowie die Veröffentlichung des Geschäftsberichts zur Finanzanalystenkonferenz in Hamburg Anfang März. Nach wechselhaftem Verlauf gegenüber dem deutschen Leitindex im ersten Quartal schloss unsere Aktie am 31. März auf Indexbasis unterhalb des DAX bei einem Kurs von 44,29 €.

ENTWICKLUNG DER BEIERSDORF AKTIE IM ZEITRAUM JANUAR – MÄRZ 2010

RELATIVE VERÄNDERUNG IN %



Zwischenlagebericht Konzern

Ertragslage Konzern

- » Umsatzwachstum (organisch) von 6,0 %
- » EBIT-Umsatzrendite steigt auf 12,1 %
- » Ergebnis nach Steuern erhöht sich auf 122 Mio. €

Der Konzernumsatz erhöhte sich im ersten Quartal organisch um 6,0 % gegenüber dem Vorjahr. Der Unternehmensbereich Consumer zeigte ein organisches Umsatzwachstum von 4,0 % und tesa von 20,2 %. tesa konnte dadurch fast wieder das Umsatzniveau von 2008 erreichen. Zu aktuellen Wechselkursen lag der Konzernumsatz um 6,9 % über Vorjahr und betrug 1.537 Mio. € (Vorjahr: 1.438 Mio. €).

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG // IN MIO. €

	01.01. – 31.03.2009	01.01. – 31.03.2010	Entwicklung in %
Umsatzerlöse	1.438	1.537	6,9
Kosten der umgesetzten Leistungen	–459	–487	5,9
Brutto-Ergebnis vom Umsatz	979	1.050	7,3
Marketing- und Vertriebskosten	–712	–733	3,0
Forschungs- und Entwicklungskosten	–37	–37	–1,9
Allgemeine Verwaltungskosten	–70	–70	1,0
Sonstiges betriebliches Ergebnis	–15	–24	-
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	145	186	28,2
Finanzergebnis	3	–4	-
Ergebnis vor Steuern	148	182	22,5
Ertragsteuern	–48	–60	22,9
Ergebnis nach Steuern	100	122	22,3
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,43	0,53	22,5

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) erhöhte sich auf 186 Mio. € (Vorjahr: 145 Mio. €). Dies entspricht einer EBIT-Rendite von 12,1 % (Vorjahr: 10,1 %).

Das Finanzergebnis lag bei –4 Mio. € (Vorjahr: 3 Mio. €). Die Entwicklung wurde im Wesentlichen beeinflusst durch das deutlich gesunkene Niveau für Anlagezinsen sowie durch Wechselkurseffekte.

Das Ergebnis nach Steuern stieg auf 122 Mio. € (Vorjahr: 100 Mio. €). Die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern betrug 7,9 % (Vorjahr: 6,9 %).

Das Ergebnis je Aktie, bezogen auf 226.818.984 Stück, lag bei 0,53 € (Vorjahr: 0,43 €).

Ertragslage Unternehmensbereiche

Consumer

- » Unternehmensbereich Consumer 4,0 % über Vorjahr
- » EBIT-Umsatzrendite Consumer bei 12,1 %

CONSUMER (01.01. – 31.03.)

		Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2010	(in Mio. €)	855	204	269	1.328
Veränderungen (organisch)	(in %)	0,5	21,4	4,0	4,0
Veränderungen (wechsellkursbereinigt)	(in %)	0,5	21,4	4,0	4,0
Veränderungen (nominal)	(in %)	2,4	14,0	5,9	4,8
EBIT 2010	(in Mio. €)	144	15	2	161
EBIT-Umsatzrendite 2010	(in %)	16,8	7,6	0,7	12,1
EBIT 2009	(in Mio. €)	135	4	5	144
EBIT-Umsatzrendite 2009	(in %)	16,2	2,2	2,0	11,3

Im ersten Quartal stieg der Umsatz organisch um 4,0 %. Zu aktuellen Kursen erreichte der Umsatz im Unternehmensbereich Consumer 1.328 Mio. € und lag damit um 4,8 % über dem Vorjahr (1.267 Mio. €).

Der NIVEA-Umsatz erhöhte sich weltweit um 3,6 %. Insbesondere NIVEA Sun, NIVEA Deodorant und NIVEA Bath Care erzielten hohe Steigerungsraten. Unsere Marke La Prairie, die im Vorjahr besonders stark von der globalen Wirtschaftskrise betroffen war, erholte sich spürbar und verzeichnete ein Umsatzwachstum von 16,8 %. Eucerin zeigte im ersten Quartal mit 13,8 % ein deutlich zweistelliges Wachstum. Besonders erfreulich entwickelte sich hier die Neueinführung der Eucerin Aquaporin Active Serie.

Das EBIT stieg auf 161 Mio. € (Vorjahr: 144 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite betrug 12,1 % (Vorjahr: 11,3 %).

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG EUROPA

(01.01. – 31.03.)

		Deutschland	Westeuropa (ohne Deutschland)	Osteuropa	Gesamt
Umsatz 2010	(in Mio. €)	236	469	150	855
Veränderungen (organisch)	(in %)	1,5	1,0	-2,7	0,5
Veränderungen (wechselkursbereinigt)	(in %)	1,5	1,0	-2,7	0,5
Veränderungen (nominal)	(in %)	1,5	2,0	5,3	2,4

Der Consumer Umsatz in der Region **Europa** lag organisch um 0,5 % über dem Vorjahreswert. Zu aktuellen Wechselkursen erhöhte sich der Umsatz um 2,4 % auf 855 Mio. € (Vorjahr: 834 Mio. €).

Der Umsatz in **Deutschland** erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 1,5 %. Besonders gut entwickelten sich die Umsätze von NIVEA Sun, NIVEA Deodorant und NIVEA FOR MEN. Eucerin erreichte ein zweistelliges Umsatzwachstum. Auch Florena zeigte eine gute Wachstumsrate. NIVEA Body Care und NIVEA Hair Care hingegen blieben unter den Vorjahreswerten.

In **Westeuropa** lagen die Umsätze um 1,0 % (organisch) über dem Vorjahreswert. Die größten Steigerungsraten verzeichneten die UK/Irland-Gruppe (+14,4 %), unsere Beiersdorf Gesellschaft in der Schweiz (+8,9 %) und die La Prairie-Gruppe (+6,3 %). Die Benelux/Frankreich-Gruppe erreichte ein Umsatzwachstum von 4,5 %. Italien (-6,4 %) und die Portugal/Spanien-Gruppe (-5,0 %) zeigten Umsatzrückgänge. Am besten entwickelten sich in dieser Region NIVEA Sun, NIVEA Deodorant und NIVEA Bath Care. Auch La Prairie und Eucerin zeigten gute Wachstumsraten. NIVEA Body Care und NIVEA Hair Care blieben unter den Vorjahreswerten.

Die Umsatzentwicklung in **Osteuropa** lag bei -2,7 % (organisch). Die Russland/Ukraine-Gruppe verzeichnete ein Umsatzwachstum von 10,5 %. Polen zeigte ein Wachstum von 3,5 %. Die CEE-Gruppe (-16,7 %) und die Nordic/Baltic-Gruppe (-15,3 %) zeigten eine rückläufige Umsatzentwicklung. Positiv entwickelten sich in dieser Region NIVEA Deodorant, NIVEA FOR MEN und Eucerin, die Umsätze mit NIVEA Visage und NIVEA Hair Care waren rückläufig.

Das Consumer EBIT in Europa stieg auf 144 Mio. € (Vorjahr: 135 Mio. €). Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite betrug 16,8 % (Vorjahr: 16,2 %).

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG AMERIKA

(01.01. – 31.03.)

		Nordamerika	Lateinamerika	Gesamt
Umsatz 2010	(in Mio. €)	94	110	204
Veränderungen (organisch)	(in %)	22,3	20,7	21,4
Veränderungen (wechselkursbereinigt)	(in %)	22,3	20,7	21,4
Veränderungen (nominal)	(in %)	18,5	10,4	14,0

In der Region **Amerika** erhöhte sich der Umsatz organisch um 21,4 %. Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 204 Mio. € um 14,0 % über dem Vorjahreswert (179 Mio. €).

Der Umsatz in **Nordamerika** lag um 22,3 % über dem des Vorjahreszeitraums. NIVEA Body Care, NIVEA FOR MEN sowie La Prairie zeigten gute zweistellige Wachstumsraten. Eucerin erreichte weiterhin ein überzeugendes Wachstum. Die Erweiterung des Sortiments von NIVEA Bath Care im Vorjahr sowie die Entwicklung von NIVEA Lip Care konnten erneut starke Akzente setzen.

In **Lateinamerika** stiegen die Umsätze organisch um 20,7 %. Die Anden-Gruppe, Argentinien und Chile trugen mit deutlich zweistelligen Wachstumsraten zu dieser positiven Entwicklung bei. Mexiko zeigte ein Umsatzwachstum von 6,3 %. In dieser Schwerpunktregion entwickelten sich insbesondere NIVEA Deodorant, NIVEA Body Care und NIVEA Sun sehr gut.

Das Consumer EBIT in Amerika lag bei 15 Mio. € (Vorjahr: 4 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 7,6 % (Vorjahr: 2,2 %).

CONSUMER UMSATZENTWICKLUNG AFRIKA/ASIEN/AUSTRALIEN (01.01. – 31.03.)

		Gesamt
Umsatz 2010	(in Mio. €)	269
Veränderungen (organisch)	(in %)	4,0
Veränderungen (wechselkursbereinigt)	(in %)	4,0
Veränderungen (nominal)	(in %)	5,9

Die Region **Afrika/Asien/Australien** erreichte ein organisches Wachstum von 4,0 %. Der Umsatz zu aktuellen Wechselkursen betrug 269 Mio. € und lag damit um 5,9 % über dem Vorjahr (254 Mio. €).

Die höchsten Steigerungsraten in dieser Region verzeichneten vor allem NIVEA Sun, NIVEA FOR MEN und unsere chinesische Haarpflegemarke SLEK. Unsere Gesellschaften im Mittleren Osten (+23,4 %) und in Thailand (+10,1 %) entwickelten sich hier sehr gut. Die China-Gruppe verzeichnete ein Umsatzwachstum von 4,5 %. Australien hingegen blieb mit einer Entwicklung von –8,4 % hinter den Vorjahreswerten zurück. Im Mittleren Osten trugen insbesondere NIVEA Deodorant und NIVEA Body Care zum Umsatzwachstum bei. In Thailand waren vor allem NIVEA FOR MEN, NIVEA Sun und Eucerin erfolgreich. In Japan blieb der Umsatz mit einer Entwicklung von –1,8 % unter dem Vorjahr, der starke Zuwachs bei NIVEA Sun konnte die Umsatzrückgänge von 8x4 und NIVEA Body Care nicht ganz ausgleichen.

Das EBIT in dieser Region ist weiter durch starke Marketinginvestitionen in das chinesische Haarpflegegeschäft beeinflusst. Das EBIT betrug 2 Mio. € (Vorjahr: 5 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 0,7 % (Vorjahr: 2,0 %).

tesa

- » Unternehmensbereich tesa verzeichnet Umsatzzuwachs von 20,2 %
- » EBIT-Umsatzrendite tesa steigt dadurch auf 11,9 %

TESA

(01.01. – 31.03.)

		Europa	Amerika	Afrika/Asien/ Australien	Gesamt
Umsatz 2010	(in Mio. €)	149	24	36	209
Veränderungen (organisch)	(in %)	14,6	24,6	47,7	20,2
Veränderungen (wechsellkursbereinigt)	(in %)	14,6	24,6	47,7	20,2
Veränderungen (nominal)	(in %)	16,8	26,8	50,9	22,7
EBIT 2010	(in Mio. €)	14	4	7	25
EBIT-Umsatzrendite 2010	(in %)	9,2	15,7	20,4	11,9
EBIT 2009	(in Mio. €)	–2	1	2	1
EBIT-Umsatzrendite 2009	(in %)	–1,4	4,7	8,8	0,7



tesa.de

Der Unternehmensbereich tesa erzielte im ersten Quartal 2010 einen organischen Umsatzanstieg von 20,2 %, wobei das erste Quartal des Vorjahrs, bedingt durch die Auswirkungen der weltweiten Wirtschaftskrise, sehr schwach war. Zu aktuellen Kursen erhöhte sich der tesa Umsatz um 22,7 % auf 209 Mio. € (Vorjahr: 171 Mio. €).

In den ersten drei Monaten dieses Jahrs setzte sich die positive Entwicklung aus dem zweiten Halbjahr 2009 fort. Insbesondere der Geschäftsbereich Industrie konnte deutliche Umsatzzuwächse mit Kunden aus der Automobil- und Elektroindustrie verzeichnen. Im Endverbrauchergeschäft, das im Jahr 2009 nur leichte Umsatzeinbußen hatte, wurde eine leichte Umsatzsteigerung erreicht.

Die positive Entwicklung wurde in allen Regionen erzielt.

Das EBIT im Unternehmensbereich tesa erhöhte sich durch die überproportional gute Umsatzentwicklung im ersten Quartal auf 25 Mio. € (Vorjahr: 1 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite erreichte 11,9 % (Vorjahr: 0,7 %).

Vermögenslage Konzern

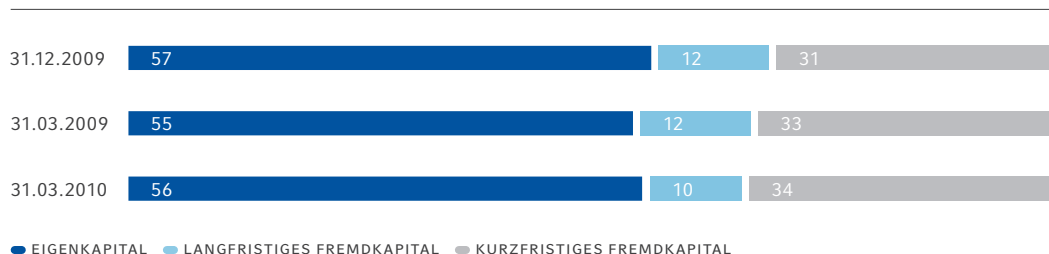
BILANZ // IN MIO. €

Aktiva	31.12.2009	31.03.2009	31.03.2010
Langfristige Vermögenswerte	1.177	1.187	1.202
Vorräte	561	653	637
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	2.089	2.310	2.314
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	767	479	882
	4.594	4.629	5.035
Passiva	31.12.2009	31.03.2009	31.03.2010
Eigenkapital	2.636	2.557	2.801
Langfristiges Fremdkapital	532	554	524
Kurzfristiges Fremdkapital	1.426	1.518	1.710
	4.594	4.629	5.035

Die langfristigen Vermögenswerte haben sich gegenüber den Werten zum 31. Dezember 2009 im Wesentlichen bedingt durch latente Steuern und Wechselkurseffekte im Anlagevermögen um 25 Mio. € auf 1.202 Mio. € erhöht. Die Investitionen im ersten Quartal 2010 lagen bei 17 Mio. € (Vorjahr: 27 Mio. €). Davon entfielen auf den Geschäftsbereich Consumer 11 Mio. € (Vorjahr: 18 Mio. €) und auf tesa 6 Mio. € (Vorjahr: 9 Mio. €). Die Vorräte stiegen saisonbedingt gegenüber dem Jahresende um 76 Mio. € auf 637 Mio. €. Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich auf 2.314 Mio. €. Im Vergleich zum Jahresende stiegen insbesondere die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen saisonal bedingt an.

Das langfristige Fremdkapital hat sich im Vergleich zum Vorjahresquartal um 30 Mio. € reduziert. Dies ist im Wesentlichen bedingt durch die Umgliederung der zweiten Tranche der Option für die noch in Fremdbesitz befindlichen Anteile an der C-BONS Hair Care-Gruppe in die kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten. Der Anstieg des kurzfristigen Fremdkapitals resultierte zudem aus der operativ bedingten Erhöhung der kurzfristigen Rückstellungen sowie höheren Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

FINANZIERUNGSSTRUKTUR // IN %



Finanzlage Konzern

KAPITALFLUSSRECHNUNG KONZERN // IN MIO. €

	01.01. – 31.03.2009	01.01. – 01.03.2010
Brutto-Cashflow	117	132
Cashflow Nettoumlaufvermögen	-45	33
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	72	165
Cashflow aus investiver Tätigkeit	-144	-35
Free-Cashflow	-72	130
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-67	-28
Sonstige Veränderungen	5	13
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-134	115
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	613	767
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.03.	479	882

Der Brutto-Cashflow erreichte 132 Mio. €. Der Mittelzufluss aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens lag bei 33 Mio. €. Dem Anstieg der Forderungen um 177 Mio. € und Vorräte um 76 Mio. € stand ein Anstieg der Verbindlichkeiten sowie Rückstellungen um 286 Mio. € gegenüber. Insgesamt lag der Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit bei 165 Mio. €. Der Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit betrug 35 Mio. €. Den Ausgaben für Investitionen in Höhe von 17 Mio. € sowie dem Saldo von Käufen und Verkäufen von Wertpapieren in Höhe von 28 Mio. € standen Zinserträge und sonstige Finanzeinzahlungen in Höhe von 9 Mio. € gegenüber. Der Free-Cashflow betrug 130 Mio. €. Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von 28 Mio. € resultiert im Wesentlichen aus der Rückführung von Krediten. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erreichten 882 Mio. €.

Mitarbeiter

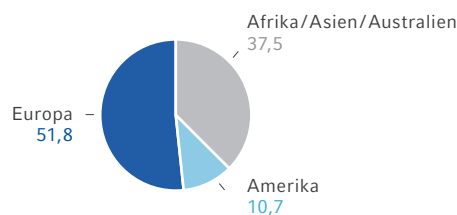


Beiersdorf.de/
Karriere

Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2009 um 382 auf 20.728. Zum 31. März 2010 waren 17.042 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.686 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.

MITARBEITER NACH REGIONEN // ANTEIL IN %

STAND 31.03.2010; INSGESAMT 20.728 MITARBEITER



Sonstige Angaben

Beiersdorf organisiert sich neu

Mit Wirkung zum 1. Mai 2010 hat sich der Beiersdorf Vorstand neu aufgestellt und dabei drei funktionale und drei regionale Verantwortungsbereiche geschaffen. In der neuen Struktur bleibt Thomas-B. Quaas Vorstandsvorsitzender, Vorstand Pieter Nota wird weiterhin verantwortlich sein für Marketing und Innovationen, Dr. Bernhard Düttmann bleibt Finanzvorstand und übernimmt zusätzlich die Verantwortung für den Bereich Human Resources. Markus Pinger übernimmt die Region Amerika und verantwortet weiterhin die globale Supply Chain. James C. Wei führt die Region Asien. Für die Region Europa wird ein neues Vorstandsmitglied ernannt werden. Der bisherige Vorstand für Personal und Nachhaltigkeit, Peter Kleinschmidt, hat das Unternehmen nach 25-jähriger, erfolgreicher Tätigkeit zum 30. April 2010 verlassen.

Chancen und Risiken

In Bezug auf Chancen und Risiken verweisen wir auf unseren Risikobericht im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2009. Ergänzend dazu ist zu berichten:

Neben anderen Unternehmen sind Gesellschaften des Beiersdorf Konzerns in Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, den Niederlanden, der Schweiz und Italien in Kartellverfahren im Bereich Kosmetikartikel auf nationaler Ebene involviert. In Deutschland, den Niederlanden und Italien liegen Beschuldigtenschreiben vor. Eine belastbare, umfassende Einschätzung des Risikos aus Konzernsicht ist zurzeit noch nicht möglich.

Ausblick 2010

Wirtschaftliche Rahmenfaktoren

Die Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung für das Jahr 2010 unterliegt weiterhin Unsicherheiten. Im ersten Quartal waren jedoch bereits Erholungsansätze sichtbar. Wir gehen für unsere Planungen daher von einer Stabilisierung der Weltwirtschaft aus. In den USA, Westeuropa sowie Deutschland erwarten wir wieder ein leichtes Wachstum. Für die Wachstumsregionen Asien (ohne Japan), Osteuropa und Lateinamerika gehen wir davon aus, dass die Wachstumsdynamik wieder an Fahrt gewinnt, jedoch noch nicht zum Ausgangsniveau zurückfinden wird.

Die Entwicklung des weltweiten Kosmetikmarkts wird sich nach unserer Einschätzung im Jahr 2010 wieder verbessern, aber noch unter dem langfristigen Trend bleiben. Für die großen saturierten Märkte Westeuropas rechnen wir mit einer leichten Belebung. Nordamerika dürfte bestenfalls stagnieren. In Osteuropa wird sich das Wachstum voraussichtlich wieder beschleunigen. Die stärksten Wachstumsregionen bleiben Asien und Lateinamerika.

In den für tesa relevanten Märkten im Industriebereich dürfte sich die Tendenz der wirtschaftlichen Erholung fortsetzen. Im Endverbrauchergeschäft erwarten wir eine leicht rückläufige Nachfrage in verzögerter Reaktion auf die Krise. Für Asien, Lateinamerika und Osteuropa rechnen wir mit einer Rückkehr zu der aus der Vorkrisenzeit bekannten Entwicklung, während in Westeuropa und Nordamerika von einem mehrjährigen Erholungsprozess auf deutlich reduziertem Niveau auszugehen ist.

Geschäftsentwicklung

Für das Gesamtjahr 2010 soll der Beiersdorf **Konzern** eine organische Umsatzentwicklung erreichen, die über der Marktentwicklung liegt. Die EBIT-Umsatzrendite wollen wir wieder auf über 11 % steigern.

Der Unternehmensbereich **Consumer** soll 2010 organisch stärker wachsen als der Markt. Die Länder China, Russland und Brasilien sind hier weiterhin von besonderer Bedeutung. In diesen stark wachsenden Märkten sehen wir gute Chancen, unsere Marktanteile weiter auszubauen. Speziell in China werden wir mit starken Marketinginvestitionen das Umsatzwachstum unserer chinesischen Haarpflege- und Stylingmarken weiter fördern. Wir wollen eine EBIT-Umsatzrendite von deutlich über 11 % erreichen.

In einem sich allmählich erholenden, aber weiterhin von Unsicherheiten geprägten wirtschaftlichen Umfeld geht **tesa** von über dem Marktwachstum liegenden Umsatzentwicklungen aus. Unsere allgemeine Marktposition schätzen wir als sehr stabil ein. Die Innovationsprojekte werden wir mit großer Intensität fortsetzen, um unsere Marktposition weiter auszubauen. Auf Basis der im Jahr 2009 zur EBIT-Sicherung eingeleiteten und umgesetzten Maßnahmen streben wir eine EBIT-Umsatzrendite von leicht über 8 % an.

Hamburg, im Mai 2010

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Zwischenabschluss Konzern

Gewinn- und Verlustrechnung

IN MIO. €

	01.01. – 31.03.2009	01.01. – 31.03.2010
Umsatzerlöse	1.438	1.537
Kosten der umgesetzten Leistungen	–459	–487
Brutto-Ergebnis vom Umsatz	979	1.050
Marketing- und Vertriebskosten	–712	–733
Forschungs- und Entwicklungskosten	–37	–37
Allgemeine Verwaltungskosten	–70	–70
Sonstiges betriebliches Ergebnis	–15	–24
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	145	186
Finanzergebnis	3	–4
Ergebnis vor Steuern	148	182
Ertragsteuern	–48	–60
Ergebnis nach Steuern	100	122
Ergebnis der Anteilseigner	99	120
Ergebnis anderer Gesellschafter	1	2
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,43	0,53

Gesamtergebnisrechnung

IN MIO. €

	01.01. – 31.03.2009	01.01. – 31.03.2010
Ergebnis nach Steuern	100	122
Veränderung der Marktbewertung von Cashflow Hedges	–6	–15
Latente Steuern auf die Veränderung der Marktbewertung von Cashflow Hedges	2	5
<i>Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags aus der Marktbewertung von Cashflow Hedges</i>	<i>–4</i>	<i>–10</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>1</i>	<i>–</i>
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	5	59
Übrige direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen	–	–
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>–</i>	<i>–</i>
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	2	49
Gesamtergebnis	102	171
Davon entfallen auf		
– Anteilseigner der Beiersdorf AG	101	169
– andere Gesellschafter	1	2

Bilanz

IN MIO. €

	31.12.2009	31.03.2009	31.03.2010
Aktiva			
Immaterielle Vermögenswerte*	382	405	389
Sachanlagen	725	728	732
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	10	12	11
Sonstige langfristige Vermögenswerte	2	4	1
Latente Steueransprüche	58	38	69
Langfristige Vermögenswerte	1.177	1.187	1.202
Vorräte	561	653	637
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	906	1.005	1.071
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	91	110	98
Ertragsteuerforderungen	41	40	48
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	96	126	112
Wertpapiere	955	1.029	985
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	767	479	882
Kurzfristige Vermögenswerte	3.417	3.442	3.833
	4.594	4.629	5.035
Passiva			
Anteile der Anteilseigner der Beiersdorf AG	2.626	2.551	2.795
Anteile anderer Gesellschafter	10	6	6
Eigenkapital	2.636	2.557	2.801
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	221	231	218
Sonstige langfristige Rückstellungen	138	125	130
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	7	31	8
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	5	6	5
Latente Steuerverbindlichkeiten*	161	161	163
Langfristiges Fremdkapital	532	554	524
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	391	438	544
Ertragsteuerverbindlichkeiten	107	99	102
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	699	711	785
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	158	158	161
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	71	112	118
Kurzfristiges Fremdkapital	1.426	1.518	1.710
	4.594	4.629	5.035

* Vorjahresquartalswerte angepasst.

Kapitalflussrechnung

IN MIO. €

	01.01. – 31.03.2009	01.01. – 31.03.2010
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	145	186
Auszahlungen für Ertragsteuern	–46	–73
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen	27	30
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)	–9	–11
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen	–	–
Brutto-Cashflow	117	132
Veränderung der Vorräte	–18	–76
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	–155	–177
Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen	128	286
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	72	165
Auszahlungen für Investitionen	–27	–17
Einzahlungen aus Divestments	2	1
Auszahlungen für den Erwerb von Wertpapieren	–141	–98
Einzahlungen aus dem Verkauf von Wertpapieren	10	70
Zinseinzahlungen	8	5
Dividenden- und sonstige Finanzeinzahlungen	4	4
Cashflow aus investiver Tätigkeit	–144	–35
Free-Cashflow	–72	130
Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten	56	27
Auszahlungen aus der Tilgung von Krediten	–109	–38
Zinsauszahlungen	–3	–2
Sonstige Finanzauszahlungen	–11	–15
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	–67	–28
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	5	13
Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	–134	115
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	613	767
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.03.	479	882

Eigenkapitalveränderungsrechnung

IN MIO. €

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen*	Kumuliertes sonstiges Konzernergebnis			Summe der Anteilseigner	Anteile anderer Gesellschafter	Gesamt
				Unterschied aus der Währungsumrechnung	Sicherungsinstrumente aus der Absicherung von Zahlungsströmen	Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte			
01.01.2009	252	47	2.280	-154	21	4	2.450	10	2.460
Gesamtergebnis der Periode	-	-	99	5	-4	1	101	1	102
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividende an andere Gesellschafter für das Vorjahr	-	-	-	-	-	-	-	-5	-5
31.03.2009	252	47	2.379	-149	17	5	2.551	6	2.557
01.01.2010	252	47	2.450	-127	-1	5	2.626	10	2.636
Gesamtergebnis der Periode	-	-	120	59	-10	-	169	2	171
Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividende an andere Gesellschafter für das Vorjahr	-	-	-	-	-	-	-	-6	-6
31.03.2010	252	47	2.570	-68	-11	5	2.795	6	2.801

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

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 Klebebandern.

Grundlagen der Erstellung des Abschlusses

Der Konzernzwischenabschluss für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2010 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt. Der Konzernzwischenabschluss sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009 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 auf den Konzernabschluss 2009 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 2009. Es haben sich bis zum 31. März 2010 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

Corporate Governance

Die Entsprechenserklärung von Aufsichtsrat und Vorstand für das Geschäftsjahr 2009 zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 Aktiengesetz wurde Ende Dezember 2009 abgegeben und ist über unsere Internetseite www.Beiersdorf.de/Corporate_Governance 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 Mai 2010

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Finanzkalender

5. August 2010	Zwischenbericht Januar bis Juni 2010
4. November 2010	Zwischenbericht Januar bis September 2010, Finanzanalystenkonferenz
Januar 2011	Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten
Februar/März 2011	Veröffentlichung Geschäftsbericht 2010, Bilanzpressekonferenz, Finanzanalystenkonferenz
21. April 2011	Hauptversammlung
Mai 2011	Zwischenbericht Januar bis März 2011
August 2011	Zwischenbericht Januar bis Juni 2011
November 2011	Zwischenbericht Januar bis September 2011, Finanzanalystenkonferenz

Impressum

HERAUSGEBER

Beiersdorf Aktiengesellschaft
Unnastraße 48, 20245 Hamburg,
Deutschland

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 als Onlineversion unter www.Beiersdorf.de/Zwischenbericht verfügbar.
